

تأليف : بول ليفنسون
ترجمة : هبة ربيع

NEW NEW MEDIA

PEARSON
دار الفجر للنشر و التوزيع

أحدث وسائل الإعلام الجديدة

أحدث وسائل الإعلام الجديدة

تأليف

بول ليفنسون

ترجمة

هبــة ربيـــع

دار الفجر للنشر والتوزيع

2015

أحدث وسائل الإعلام الجديدة

تأليف | ترجمة
بول ليفنسون | هبــة ربيـــع

NEW NEW MEDIA

The English Edition Published 2013 by PEARSON

حقوق النشر	رقم الإيداع
الطبعة العربية الأولى 2015	2346
جميع الحقوق محفوظة للناشر	ISBN
	978-977-358-313-2

دار الفجر للنشر والتوزيع

4 شارع هاشم الأشقر – النزهة الجديدة

القاهرة – مصر

تليفون : 26242520 – 26246252(00202)

فاكس : 26246265 (00202)

Email: info@daralfajr.com

شكر وإهداء

إلى أهل الفضل أمي فائزة المنسي وأخوتي هند ومحمد و روح والدي رحمه الـلـه.

هبة ربيع

الفهــرس

مقدمة الطبعة العربية

إنني سعيد حقاً بهذه الطبعة العربية لكتاب أحدث وسائل الإعلام الجديـدة. ورغـم ترجمـة عدد من كُتبي إلى خمس عشرة لغة في جميع أنحاء العـالم، فـإن هـذه الطبعـة هـي أول ترجمـة لي باللغة العربية.

وكتابي أحدث وسائل الإعلام الجديدة مثالي لهذا الغرض، فعندما كنت أضع اللمسات الأخيرة على الطبعة الأولى من الكتاب في يونيو 2009، علمت – عبر تويتر ثم من وسائل إعـلام أخـرى -عـن الاحتجاجات في إيران والتي ستصبح معروفة فيما بعد باسم الثـورة الـخضراء، فأرسـلت إلى محـرري عدة فقرات عن أهمية هذا للثورة الجارية بالفعل في أحدث وسائل الإعلام الجديدة في أنحاء كثـيرة من العالم، ووافقت عـلى وضـع هـذه الفقـرات في الكتـاب، رغـم إنـه كـان عـلى وشـك الـذهاب إلى المطبعة، وما حدث في طهران في عام 2009 كان البزوغ الأول للربيع العربي لاحقا.

تتتبع الطبعة الثانية من الكتاب، والتي بـين يـديك الآن، دور وسـائل الإعـلام الاجتماعيـة في الثورات الشعبية في مصر وتونس وأماكن أخرى من العالم العربي، لم يكن تويتر، وفيسبوك، ويوتيوب المكونات الوحيدة اللازمة لنجاح التغييرات في الحكومات والثقافـة -الـبشر في الشـوارع، إنمـا تقـديم التقـارير مـن خـلال وسـائل الإعـلام التقليديـة مثـل التلفزيـون والإذاعـة، والصـحف ضروري أيضـا، وليست كل التغييرات ناجحة. ولكن تلعب أحدث وسـائل الإعـلام الجديـدة دورا حاسـما في تنظـيم وتوصيل الكلام إلى العالم حول الاحتجاجـات وعواقبهـا. ولا أعتـبر وسـائل الاعـلام الاجتماعيـة مجـرد وسائل "جديدة"- أي تيونز وأمازون هما أيضا وسائل إعلام جديدة، أو وسـائل إعـلام عـبر الإنترنـت- ولكنني اعتبرها "أحدث الجديدة" لأنهـا تسـمح لجميـع مسـتهلكي المعلومـات أن يصـبحوا منتجـين. وهذا يحدث في أي وقت يكتب فيه شخص ما تغريدة على تويتر أو يرفع فيديو على يوتيـوب أو أي موقع آخر على الإنترنت.

للمرة الأولى في تاريخ البشرية، يستطيع الأشـخاص التحـدث إلى بقيـة العـالم، بغض النظر عن حالة هذا الشخص أو مكانته في المجتمع. لا يحتاج الشـخص الـذي

يكتب تغريدات على تويتر أن يكون مسؤولا حكوميا أو أحد الأفراد المعتمدين من الصحافة. تقـدم هذه السلطة الجديدة دفعة غير مسبوقة للديمقراطية، وغير معروفـة منـذ الديمقراطيـة المباشرة في أثينا القديمة وأجزاء أخرى من العالم انتهت منذ فترة طويلة. والنتيجـة هـي أن الحكومـات اليـوم لم يعد بإمكانها افتراض إن أفعالها لن يلاحظها أو يذكرها أحـد، طالمـا إن أي شـخص لديـه هـاتف ذكي يمكنه أن يكون مراسلا الآن. كما لم يعد بإمكانها حظر استخدام أحدث وسـائل الإعـلام الجديـدة أو تقييدها بسهولة. وسواء في المحاكم في الولايات المتحدة التي أيـدت حقـوق المـواطنين الصـحفيين في تقديم تقارير عـن أحـداث احتلـوا وول سـتريت في عـام 2012، أو المحكمـة في تركيـا التـي أبطلـت محاولـة الحكومـة لتقييـد تـويتر في ذلـك البلـد في عـام 2014، فـإن النـاس ووصـولهم الجديـد إلى المعلومات هم الفائزون.

رغم إن الربيع العربي معقد ومتفاوت عن معظم الثورات، فإنه واعـد بـأن يكـون ثـورة مـن أجل الديمقراطية وحرية حصول الناس على المعلومات في جميع أنحاء العالم. هذا الكتاب هو تـأريخ لما حدث حتى الآن، ومخططا لما سيحدث على الأرجح في المستقبل على السواء. وأنتم القـراء سـوف تكونون ممثلين لذلك المستقبل. ويمكنكم أن تسمحوا لي بمعرفة كيـف يتكشـف مـن خـلال إرسـال تغريدات لي على تويتر على PaulLev@.

بول ليفينسون

دكتوراه، جامعة فوردهام، مدينة نيويورك.

أبريل 2014

الفصل الأول

لماذا أحدث وسائل الإعلام الجديدة

آخر ما كتبته في الطبعة الأولى من الكتاب في يونيو عام 2009 كان التالي:

هنا جدول زمني بعدد من الصدامات الكبرى بين وسائل الإعلام الجديدة والحكومات الديكتاتورية في القرنين العشرين والحادي والعشرين.

1942-1943: استخدمت الزهور البيضاء The White Rose التصوير لتقول للألمان حقيقة الحكومة النازية. فشلت في إزاحة النازي.

1979: توزيع تسجيل صوتي على شريط كاسيت لآيات اللـه الخوميني في إيران، نجح في إثارة ثورة ناجحة ضد حكم الشاة.

الثمانينات: ساعد فيديو ساميزدات Samizdat في الاتحاد السوفياتي الذي انتقد الحكومة السوفياتية إلى حد ما في تمهيد الطريق لالبيريسترويكا جورباتشوف Gorbachev's perestroika وسياسة الانفتاح في الاتحاد السوفيتي glasnost، وأنهى الحكم السوفيتي.

1989: كشف البريد الإلكتروني للعالم تفاصيل احتجاجات ميدان تيانانمين Tiananmen. فشل لإزاحة الحكومة الصينية.

2001: ساعدت الهواتف المحمولة على تعبئة المعارضة السلمية ضد الرئيس استرادا Estrada في الفلبين. نجحت ثورة سلطة الشعب الثانية.

2009: نقل تويتر ويوتيوب للعالم تفاصيل المعارضة الإيرانية لنتائج الانتخابات المعلن عنها. النتيجة: لم تتضح بعد حتى كتابة هذه السطور

ما أصبح واضحاً اليوم –أو بعد ما يقرب من ثلاث سنوات، في بداية عام 2012 – بالرغم من عدم نجاح الثورة الخضراء في إيران بعد هناك، فإنها انفجرت فصاعداً في الربيع العربي، وحركة احتلوا وول ستريت في الولايات المتحدة الأمريكية، وحول العالم. هذة تعبيرات عن الديموقراطية المباشرة، نوع من الحكومة بدأ في أثينا

القديمة، حلت لفترة قصيرة في امبراطوريات الاسكندر الأكبر، وروما، ولم تُر في أماكن كثيرة منـذ ذلـك الحين. بدلا مـن ذلـك، أصـبحت المجتمعـات الديموقراطيـة في العـالم- في الولايـات المتحـدة، وأوربـا، وباقي أجزاء العالم في القرن العشريـن باضـطراد– ديموقراطيـة غـير مبـاشرة أو تمثيليـة، مـن خـلال مسئولين منتخبين يعبرون عن إرادة الشعب مبدأياً.

وقد سهلت ما نسميها اليوم "وسـائل الاعـلام القديمـة" هـذه الـديمقراطيات التمثيليـة- أولا بالصحافة المطبوعة، ثـم في القـرن العشريـن وسـائل إعـلام البـث مـن الراديـو والتلفزيـون. في تلـك الوسائل القديمة، كما في حالة الراديو والتلفزيون والتي مازالت في مكانة قويـة اليـوم تقريبـا كـما في الماضي، فإن عدد قليل من الأشخاص في الأعلى- محررين ومنتجين، أو ما نسـميهم في نظريـة وسـائل الإعلام "حراس البوابة" – يتخذون كل القرارات بشأن ما هـي المعلومـات، والأخبـار، والترفيـه الـذي سيظهر على صفحاتهم، وشاشاتهم. وبالتـالي يسـتطيع جماهـيرهم- بمـا فـيهم نحـن- الحصـول عـلى المعلومات بسهولة، واستهلاكها، ولكن ليس نشرها.

على النقيض، تسمح أحدث وسائل الإعلام الحالية في القرن الحادي والعشريـن للمسـتهلكين أن ينتجوا وينشروا المحتوى بنفس سهولة استقباله واستهلاكه. ولكن هذا ليس صحيحاً بالنسة لكـل المحتوى على الإنترنت. موقع صحيفة النيويورك تايمز خاضع لسيطرة تحريرية تماماً مثـل الصـحيفة المطبوعة. حتى مواقع مثل أمازون Amazon وأي تيونز ورك iTunes work تعمـل مـع النـاشرين لا المستهلكين في معظم مصادر كتبهم و مؤلفاتهم الموسيقية، بـالرغم مـن إن سـهولة إمكانيـة نشر الكاتب مؤلَفه بنفسه كنسخة كندل Kindle بـدأت تغـير مـن ذلـك. لكـن عـلى الفيسـبوك وتـويتر واليوتيوب، وجوجل بلس، والويكيبيديا، أو المدونة، التي يستطيع أي شخص أن يبدع محتـوى فـإن الكاتب والناشر غالباً ما يكونا نفس الشخص- المستهلكون/المنتجون الـذين يصـل عـددهم المتزايـد الآن إلى مئات الملايين في جميع أنحاء العالم. لهذا اسمي هذا الإعـلام لـيس فقـط "جديـداً" ، ولكـن "أحدث الجديد"، لأميز بـين انعـدام القـدرة التـي تمنحهـا وسـائل مثـل أمـازون وأي تيـونز وموقـع النيويـورك تـايمز للمنتجـين في مقابـل القـوة الهائلـة التـي تضـعها "أحـدث وسـائل الإعـلام

الجديدة" بما فيها الفيسبوك، وتويتر، ويوتيوب في أيدي الجميع.

الموضوع الرئيسي لهذه الطبعة الثانية من كتاب أحدث وسائل الإعلام الجديدة هو كيفية تمكينها للجميع كمنتجين وناشرين للمحتوى مما غير طريقتنا في العيش، واللعب، والعمل. أشعل التغيير ويسر ليس فقط حركة احتلوا وول ستريت Occupy Wall Street، ولكن أيضا حزب الشاي الأمريكي - بطرق عديدة في الطرف المقابل للطيف السياسي في الولايات المتحدة- لأن حزب الشاي ينبع من نفس حالة عدم الرضا عن الحكومة التمثيلية، في العصر الرقمي الذي تستطيع فيه أحدث وسائل الإعلام الجديدة منح الجميع المزيد من الصوت المباشر في القرارات المتعلقة بالمجتمع. ولا يتعلق التغيير بالسياسة فقط ، بل أيضا بكيفية عيشنا حياتنا اليومية في العالم الحقيقي حاليا، حيث يمكن لمطعمنا أن يصبح معروفاً لجميع من نختلط بهم – ويتابعوننا بطريقة ما على الفيسبوك وتويتر وفورسكوير- فورياً وأينما كنا أو كانوا. في الواقع، بسبب إن كلا من حياتنا الواقعية وعلى الإنترنت أصبحتا متكاملتين، وهو ما يجعلنا حتى أقل أحساساً باستخدام تلك المصطلحات. أينما قد نكون، سواء متصلين بالإنترنت أو لا ، سواء كتبنا تغريدات عن أفعالنا في العالم الحقيقي أو عن شيء واجهناه فقط على الانترنت، فإننا نعيش في عالم أحدث وسائل الإعلام الجديدة التي فيها الرقمي والمادي على حد سواء في متناول اليد

لماذا "أحدث وسائل الإعلام الجديدة" بدلا من وسائل الإعلام "الاجتماعية"؟

يطلق على تويتر، والفيسبوك، واليوتيوب بانتظام "وسائل الإعلام الاجتماعية"، إذن فلماذا استخدام مصطلح "أحدث وسائل الإعلام الجديدة" لوصفها ووصف وسائل الإعلام الأخرى التي ندرسها في هذا الكتاب؟

وسائل الإعلام التي تسمح للمستهلكين أن يصبحوا هي اجتماعية بلا شك، وأكثر تفاعلية بكثير من وسائل إعلام الاتجاه الواحد القديمة مثل التلفزيون. نحن نكتب تغريدات ليس فقط عما نفعله ونفكر فيه، بل نرد على تغريدات الآخرين أيضاً، الذين قد نكون نعرفهم أو لانعرفهم بالفعل على الانترنت أو شخصيا. "الأصدقاء" – من المرجح كثيرا أن يكونوا رقميين عن كونهم لحماً ودماً- هم أحد المكونات

الأساسية لأحدث وسائل الإعلام الجديدة، وسوف يتلقون اهتماماً بالغاً في هذا الكتاب.

ولكن وسـائل الإعـلام القديمـة، سـواء كانـت "جديـدة" مثـل الأمـازون وأي تيـونز، أو مجـرد "قديمة" مثل الإذاعة والصحف المطبوعة- لديها مكون اجتماعي مهم أيضا. غالباً مـا يتحـدث النـاس عن الكتب التـي يقرأونهـا، والموسـيقى التـي يسـتمعون إليهـا، والأفـلام والـبرامج التلفزيونيـة التـي يشاهدونها. في الواقع، غالبا ما يحدث ذلك خارج الإنترنت تماما. إن لم يكن هنـاك مكـون اجتماعـي لتلك وسائل الإعلام القديمة، فما هي مجموعات القراءة في مكتبات بيـع الكتـب، وأحاديـث تزجيـة الوقت حول المرشحين السياسيين الذين يظهرون على شاشة التلفزيون؟ حتـى الحـديث مـع صـديق حول ما تشاهده على شاشة التلفزيـون أو تقـرأه في الصـحف هـو مثـال لميـزة اجتماعيـة جوهريـة تتمتع بها وسائل الإعلام.التواصل، بعبارة أخرى، حتى في حالة الحصـول عـلى المعلومـات مـن اتجـاه واحد من الصفحة المطبوعة أو شاشة التليفزيون، هو انخراط في المجتمع.

وبالتالي فإن الجانب الاجتماعي لأحدث وسائل الإعـلام الجديـدة- عـلى الـرغم مـن أهميتـه وبدليل أكبر كثيرا من الجانب الاجتماعي لوسائل الإعلام القديمة-لـيس فريـدا مـن نوعـه بمـا يكفـي لتبرير استخدامنا لمصطلحي "وسائل الإعلام الاجتماعية" و"أحدث وسائل الإعلام الجديدة" بالتبـادل. بالإضافة إلى ذلك، فإن العناصر الأساسية الأخرى -مثل إن المستهلك يصبح منتجاً – يمكـن ممارسـتها بسهولة من خلال شخص يعمل بمفرده، وليس اجتماعيا، على سبيل المثال، كتابة تدوينة أو تسـجيل مقطع فيديو.

مازال بعيداً عن فوات الآوان تغيير تسمية "وسائل الإعلام الاجتماعية" التي نسـمعها يوميـا، بلا انقطاع، في وسائل الإعلام الجماهيرية القديمة لوصف يوتيوب، وتـويتر، وفيسـبوك. ولكـن يمكننـا المحاولة من أجل مزيد من تمييز المصطلحات في هذا الكتاب.

ولكن ما هي الخصائص المميزة لهذه الوسائل- القواسم المشتركة لكل من الفيسبوك، وتويتر، ويوتيوب، ويكيبيديا، والمدونات، ووسائل الإعلام الأخرى التي يتناولها هذا الكتاب- التي تفصل كل واحد منهم، بطرق مختلفة ولكن متداخلة، عن وسائل الإعلام القديمة؟

كل مستهلك هو منتج: هذه هي السمة المركزية الكامنة المشتركة بين جميع وسائل الإعلام الجديدة. يمكن لأي شخص يقرأ مدونة يستطيع بدء النشر في مدونة فورا تقريبا. مدونة على MSNBC.com أو على NYTimes.com هو أحد الأمثلة ليس على احدث وسائل الإعلام الجديدة، إنما على وسائل الإعلام الجديدة. مدونات MSNBC على شبكة الإنترنت، مما يجعلهم وسائل إعلام جديدة. ولكن معظم قرائها لديهم تأثير ثانوي غير مباشر على الكلمات في المدونات، ربما لديهم القدرة على التعليق على المدونة، لكنهم لا يستطيعون إضافة تغييرات إلى تدوينة منشورة أو إنشاء تدوينة جديدة. في المقابل، تسمح لك المدونة التي تنشئها بتعديل وإزالة أي منشور، وأن تنشيء منشورات جديدة، وأن تقرر ما إذا كنت ستسمح بالتعليقات أم لا- بكلمات أخرى، المدون لديه كل صلاحيات الناشر التقليدي على مدونته أو مدونتها. في حالة ويكيبيديا، يمتلك القارئ/ المحرر ليس فقط القدرة على تحرير المواد في أي وقت، بل إنه في الواقع يفعل ذلك طول الوقت.

ولكن هذة ليست السمة المميزة الوحيدة لأحدث وسائل الإعلام الجديدة. وتشمل الخصائص الأخرى ما يلي:

الحصول على الخدمة مجاناً: أحدث وسائل الإعلام الجديدة مجانية دائما للمستهلك وأحيانا للمنتج. ولهذا فإن لمرة أخرى مواقع أمازون وأي تيونز ليست أمثلة لأحدث وسائل الإعلام الجديدة، بل وسائل الإعلام الجديدة، وذلك لأن الكتب وغيرها من المواد الأخرى على الأمازون، والأغاني على أي تيونز، هي للبيع. في المقابل، فإن مقطع أغنية فيديو على اليوتيوب أحدث وسيلة إعلام جديد مجانية. مواقع استضافة المدونات مثل وورد برس Wordpress وبلوجسبوت Blogspot مجانية لمنتجي المدونات. تعتمد ويكيبيديا على محركات التمويل (مثل الكثير من خدمات

الإذاعة العامة) ومجانية لقرائها/ محرريها (الذين هم في كثير من الأحيان نفس الأشخاص). تعتمد تويتر على رأس المال الاستثماري والإعلان، ومجانية لمستخدميها قراء/محررين. أصبح الفيسبوك بما لديه من إعلان واسع النطاق شركة مملوكة للعامة، ومجانية لمستخدميها. لا يدير يوتيوب إعلانات على موقعه فقط، إنما يوفر أيضاً خيارات تقاسم العائدات مع أي شخص آخر قام بتحميل فيديو لا يتعد على حقوق ملكية فكرية لشخص آخر- نفس نظام جوجل أدسنس AdSense Google المتاح للمدونين على أي موقع- ويوتيوب مجاني لكل من المشاهدين ومُحَمِلي مقاطع الفيديو.

كانت دائما وسائل البث التقليدية مجانية ومستمرة في ذلك، وجود هذه السمة المهمة مشتركة مع أحدث وسائل الإعلام الجديدة، تجعلها أقرب إلى أحدث وسائل الإعلام الجديدة من الأمازون وأي تيونز، التي تتقاضى من عملائها نظيراً للخدمة. مع ذلك فإن تلفزيون الكابل الذي يبث على التلفزيون التقليدي متاحاً الآن ويتقاضى نظيرا للخدمة من عملائه. كما إن وسائل الإعلام التقليدية المطبوعة تتقاضى أيضا نظيرا للخدمة – رغم إنها تعتمد مثل وسائل إعلام البث على الإعلان- وبعض منها مثل نيويورك تايمز تتبنى نموذج دفع نظير خدماتها عبر الإنترنت (يضطر القراء للدفع)، له نتائج مختلطة.

التنافسية والتحفيز المتبادل: كما أوضحت بالتفصيل في كتاب إعادة الإنسان: نظرية تطور وسائل الإعلام (ليفنسون، 1979، وراجع أيضا The Soft Edge، ليفنسون، 1997)، تتنافس وسائل الإعلام مع بعضها البعض على وقتنا ورعايتنا وتعيش أو تموت مثل الكائنات الحية في العالم البيولوجي الداروينى. ولكن كما هو الحال في العالم الطبيعي، حيث تعيش الكائنات في علاقات تكافلية – النحل يتغذى على النباتات ويلقحها، ونحن نتمتع بالزهور والعسل وسائل الإعلام بشكل عام، فإن وسائل الإعلام عموماً ولاسيما أحدث الجديد منها لا تتنافس فقط مع بعضها البعض ولكن تعمل أيضا لمصلحة بعضها البعض. منشورا على مدونة متضمناً فيه فيديو يوتيوب يمكن إرساله تلقائيا إلى تويتر، الذي ينتج رسالة من سطر واحد بعنوان المدونة، والسطر الأول، ووصلة، والتي بدورها يمكن تعيينها لتظهر في

الفيسبوك ولينكيد إن LinkedIn ، وعبر تطبيقات خاصة على مدونات أخرى. كل واحدة من أحدث وسائل الإعلام الجديدة تدعم الآخريات، حتى في الوقت الذي تتنافس فيه مع كل الآخريات على جذب اهتمامنا. علاوة على ذلك، تتنافس وتتآزر أحدث وسائل الإعلام الجديدة مع وسائل الإعلام القديمةعلى نحو مشابه. يأخذ المدونين القراء بعيدا عن الكتب والمشاهدين بعيدا عن التلفزيون، ولكنهم يمكنهم كتابة الكتب والظهور في التلفزيون، أو على الأقل أن يستعرضوا الكتب والبرامج التلفزيونية على المدونة. ويمكن لوسائل الإعلام المنشأه حديثا تحفيز وسائل الإعلام القديمة على التغيير. علقت "طن" من تعديلات الخصوصية التي نفذها الفيسبوك بفضل جوجل بلس Google+ على مسار وسائل الإعلام الجديدة (بودنار، 2011).

المزيد من محركات البحث والبريد الإلكتروني: جوجل ومحركات البحث وأنظمة البريد الإلكتروني المماثلة هي الجهاز العصبي لشبكة الإنترنت، والمكافئ الشبكي لمايكروسوفت إنترنت إكسبلورر، وفايرفوكس، وكروم، وغيرها من النظم الموجودة على أجهزة كمبيوتراتنا التي نستخدمها لتصفح الإنترنت. البريد الإلكتروني والبحث ضروريان لأحدث وسائل الإعلام الجديدة، لكنها ليست وسائل الإعلام الجديدة نفسها. يمكن أن تكون نظم المال المعتمد على شبكة الإنترنت مثل باي بال PayPal حاسمة أيضاً لأحدث وسائل الإعلام الجديدة ، لكنها بالمثل تعمل كنظم لخدمتهم وليس باعتبارها من أحدث وسائل الإعلام الجديدة في حد ذاتها. على الرغم من إن جوجل و باي بال مجانيتان - ويمكن للمستخدمين تخصيص عمليات تشغيل بريدهم الإلكتروني، والبحث، وفي حالة باي بال إجراءات الخدمات المصرفية- فإن هذة الأنظمة لا يمكن إنشائها جذريا أو حتى تصميمها من قِبَل مستخدميها بالطريقة التي يمكن بها أن يصبح القراء كُتابا و محررين لويكيبيديا أو بالطريقة التي يختارون بها ما ينشرونه على جدولهم الزمني في الفيسبوك، ويقررون مستويات الوصول المتفاوتة التي يمنحونها لقراء الفيسبوك الحاليين والمحتملين. وبنفس الطريقة، على الرغم من أن أعضاء المجموعات في ياهو يمكنهم إرسال رسائل إلى مشرفين المجموعة، فإن مشرفين هذة المجموعات لديهم كامل السيطرة مثلما في وسائل الإعلام القديمة على النقاش، بالإضافة إلى القدرة على

إزالة أي رسالة معينة. تطبيقات مثل جوجل أدسنس Google's AdSense يمكنها أن تلعب أدوارا محددة لدعم أحدث وسائل الإعلام الجديدة- في حالة AdSense، كسب المال من مدونة أو مقطع فيديو يوتيوب- وسوف ندرس قيمة وتأثير تلك التطبيقات على أحدث وسائل الإعلام الجديدة التي تدعمها. هل يتمتع جوجل بلس بنظام مشابة لفيسبوك/تويتر، أم إنه ضمن أحدث وسائل الإعلام الجديدة التي يديرها جوجل، سوف ننظر في هذا الأمر كذلك في هذا الكتاب.

الإعلام الجديد الجديد في نهاية المطاف خارج نطاق سيطرة المستخدم: ولكن أحدث وسائل الإعلام الجديدة لا تتطلب منصات كامنة خلف السيطرة على المستهلكين/المنتجين، سواء آلية الفيسبوك، أوأنظمة التدوين، أوصيغ يوتيوب، أو إجراءات تحرير ويكيبيديا، وما شابهها- رغم إن نسبة مدخلات المستخدمين إلى نظام ثابت هي لصالح المستخدم في أحدث وسائل الإعلام الجديدة أكثر بكثير من البنية التحتية مثل جوجل وياهو. عندما تعمل أحدث الوسائل الجديدة بشكل جيد (دون أي أعطال) وكما هو متوقع (دون أي تغييرات عن آخر مرة استخدمناها)، نميل إلى نسيان إن الوسيلة تحت سيطرة شخص آخر. ولكن بمجرد أن تغير الوسيلة أي جانب من جوانب الواجهة، وفيسبوك فعل ذلك عدة مرات في السنة، نعي إننا لسنا في موقع المسؤولية، وندرك بألم إننا لا نحب التغيير. يحدث الشيء نفسه عندما تتوقف وسيلة عن العمل (كما حدث في حالة فوكس Vox في عام 2010)، أو عندما تشتريها منظمة أخرى وتجمدها عن العمل (اشترت جوجل موقع Aardvark ، وسيلة للسؤال والأجابة، في عام 2010، ثم وضعته على الرف في عام 2011.)

شمولية أحدث وسائل الإعلام الجديدة على مبادئ وسائل الإعلام الجديدة السابقة

أحد الخصائص المميزة حتى لوسائل الإعلام الجديدة الأقدم – ما أصبح واضحا منذ نشوئها قبل أكثر من عشر سنوات في منتصف التسعينات- هو أن الناس يمكنها استخدامها، والتمتع بها، والاستفادة منها وفقاً لجدول المستخدم الزمني بدلا من جدول الوسيلة الزمني، بمجرد نشر المحتوى عبر الإنترنت. وهو ما يمنح ولازال ميزة كبيرة بدلا من الحاجة إلى انتظار وصول صحيفتك اليومية، أو لأن تبث المحطة الإذاعية أغنيتك المفضلة، أو لأن تبث المحطة التليفزيونية مسلسلك الأسبوعي

المفضل. كانت ولازالت خاصية "الإعلام بالمواعيد" سمة جميع وسائل الإعلام القديمة، وتحرير المستخدمين من قيود بعض هذة المواعيد من خلال تسجيل الفيديو الرقمي DVR وجهاز تيفو TiVo لتسجيل الفيديو الرقمي يمثل خطوة مهمة في تطور التلفزيون من وسيلة قديمة إلى جديدة.

تمنح أحدث وسائل الإعلام الجديدة مستخدميها نفس السيطرة على متى وأين يمكنهم الحصول على النص، والصوت، والمحتوى السمعي البصري كما في حالة وسائل الإعلام الجديدة. في الواقع، تستمر أحدث وسائل الإعلام الجديدة في جميع المزايا التي تتميز بها وسائل الإعلام الجديدة عن وسائل الإعلام القديمة. ولكن أحدث وسائل الإعلام الجديدة تفعل المزيد. على عكس وسائل الإعلام الجديدة، التي ينبغي فيها على المستخدم انتظار المحتوى الذي ينتجه شخص آخر- سواء كان كتابا كتبه شخص آخر إلى أن يجري طلبه أو تحميله على الأمازون، أو أغنية كتبها وسجلها شخص آخر إلى أن يجري تحميلها على أي تيونز iTunes- فإن مستخدم أحدث الوسائل الجديدة لديه سلطة حقيقية وكاملة لاختيار إنتاج المحتوى، واستهلاك المحتوى الذي انتجه مئات الملايين من مستخدمي/منتجي أحدث وسائل الإعلام الجديدة غيره. وهو ما يشكل مجتمع المستهلكين/المنتجين الفعلي في جميع أنحاء العالم الذي لم يكن موجودا مع وسائل الإعلام القديمة.

ترتيب ومحتوى الفصول

يوفر ترتيب الفصول في الطبعة الأولى من كتاب أحدث وسائل الإعلام الجديدة، الذي انتهيت منه في يونيو 2009، لقطة عن الأهمية النسبية لأحدث وسائل الإعلام الجديدة وتأثيرها ثم سابقاً:

1. لماذا وسائل الإعلام "الجديدة"؟
2. التدوين
3. يوتيوب YouTube
4. ويكيبيديا Wikipedia
5. ديج Digg
6. ماي سبيس MySpace

7. الفيسبوك Facebook

8. تويتر Twitter

9. سكندلايف Second Life

10. البودكاستينج Podcasting

11. الجوانب السلبية لأحدث وسائل الإعلام الجديدة

12. أحدث وسائل الإعلام الجديدة وانتخابات عام 2008

13. الأجهزة

أليكسا Alexa ، وهي خدمة مجانية على الانترنت ترتب مواقع إعلامية محددة من خلال خوارزميات تأخذ في الاعتبار عدد الزوار، والوصلات على المواقع الأخرى، وهكذا دواليك، وكان ما يلي الترتيب بالنسبة لأحدث وسائل الإعلام الجديدة المفحوصة في ديسمبر عام 2008 في الطبعة الأولى من الكتاب: يوتيوب #3، فيسبوك#5، ماي سبيس #7، ويكيبيديا #8، ديج #294، تويتر#669، وسكندلايف #3354 (ياهو في المرتبة رقم 1، وجوجل رقم 2).

ترتيب الفصول في هذه الطبعة الثانية من كتاب أحدث وسائل الإعلام الجديدة، التي أنجزتها في أوائل عام 2012، هي قصة كيف تطورت أحدث وسائل الإعلام الجديدة المختلفة نفسها بشكل كبير وسريع في أقل من ثلاث سنوات. بخلاف هذا الفصل الافتتاحي لا فصل في هذه الطبعة في نفس مكانه في الطبعة الأولى.علاوة على ذلك، بعض فصول حُذفت كفصول مستقلة وأُدمجت، كما أُضيفت فصول أخرى جديدة. النظام الجديد للفصول وأسباب هذه التغيرات هي كما يلي:

"فيسبوك" (بدأ في عام 2004) هو موضوع الفصل الثاني في هذه الطبعة الجديدة من كتاب أحدث وسائل الإعلام الجديدة، وتم نقله في ترتيب الفصول من السابع إلى الثاني (ولكن لأن كلا الطبعتان لهما نفس الفصل التمهيدي باعتباره الفصل الأول، فإن فصل الفيسبوك انتقل حقيقةً من الفصل السادس إلى الأول)، كما انتقل في ترتيب أليكسا من المرتبة الخامسة إلى الثانية في ديسمبر 2011 (جوجل ككل صعد من الترتيب الثاني إلى الأول في أليكسا، وتراجع ياهو من الترتيب الأول إلى الخامس). وعند كتابة الطبعة الأصلية من الكتاب في عام 2009، كان

الفيسبوك قد سحب للتو عدد من مستخدمي ماي سبيس، ولكـن الاثنـين كـان لهـما نفـس التـأثير على العالم إلى حد كبير. اليوم، في عام 2012 ، أصبح الفيسبوك طبقة أحدث وسـائل الإعـلام الجديـد في حد ذاته بما لديه من أكثر من 800 مليـون مسـتخدم نشـط اعتبـارا مـن يوليـو 2011، وعائـدات قـدرها 4.27 مليـار دولار في عـام 2011 (كـان مـنهم مليـار دولار ربحـاً صـافياً)، وفـيلم (الشـبكة الاجتماعية) الذي أطلق في عام 2010 عن منشئي ومطـوري الفيسـبوك وحقـق نجاحـا كبـيرا، وحـاز على جائزة، يناطح الفيسبوك جميع وسائل الإعلام الاجتماعيـة الأخـرى وأصـبح جنبـا إلى جنـب مـع تويتر ويوتيوب،مرادفا لوسـائل الاعـلام الاجتماعيـة (أي أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة) في ذهـن الجمهور. فضلا عن إن الفيسبوك أصبح أكـثر مـن أي وسـيلة اجتماعيـة أخـرى منسـجماً، ومحـددا، ومنقحاً لمفهوم "الصديق" على شبكة الإنترنت، وعلاقته بالأصدقاء الشخصيين، ويستمر في فعل ذلـك بكل طرق التشوية والتغيير شهريا تقريبا. مفهوم "الصداقة" في أحدث وسائل الإعلام الجديـدة هـي إحدى الموضوعات الرئيسية لهذا الكتاب.

"تويتر" (بدأ في عام2006)، كان في الفصل الثامن في الطبعة الأصلية لهذا الكتاب، ويقفـز إلى الفصل الثالث في الطبعة الحالية، كما ارتفع من الترتيـب 669 إلى الترتيـب العـاشر في أليكسـا. بـأكثر من 300 مليون مستخدم اعتبارا من عام 2011، وهو أقل من نصـف عـدد مسـتخدمي الفيسـبوك، ولكن بـ1.6 مليار اسـتعلام بحـث يوميـا عـلى الويـب – البحـث عـن شيء مكتـوب عنـه تغريـدات (تويتات)- تويتر بارز في نواح كثيرة مثل الفيسبوك تماماً، وفي بعض الأحيان أكـثر أهميـة، لأنـه يـوفر سهولة الوصول إلى تغريدات الأصدقاء فضـلا عـن السياسـيين والمشـاهير البـارزين. أطلقـت جوجـل شـبكة جوجـل بلـس في يونيـو عـام2011، ويجمـع بـين خصـائص كـلا مـن الفيسـبوك (الصـفحات الشخصية الشاملة)، وتويتر (سهولة النشر مـع و دون وصـلات)، ولكنـه يشـبه تـويتر كثـيراً، وسـيتم مناقشة ذلك في فصل تويتر.

"يوتيوب" (بدأ في عـام2005) انتقـل مـن الفصـل الثالـث إلى الرابـع في هـذا الكتاب، وظل في المركز الثالث في ترتيب أليكسا، رغم إنـه أصـبحت أكـثر أهميـة في العالم بأسره عما كان عليه في عام 2009. هو في المركز الرابـع في هـذه الطبعـة مـن

كتاب أحدث وسائل الإعلام الجديدة فقط لأن الفيسبوك وتويتر أصبحا أكثر أهمية. من خلال أكثر من ثلاثة مليارات مشاهدة لمقاطع فيديو يوميا في نهاية عام 2011 - في مقابل 1.2 مليار مشاهدة يوميا في يونيو عام 2009 – يمكن القول إن يوتيوب أكبر من فيسبوك وتويتر معا. لكنه أكبر بطريقة مختلفة- الفيديوهات تجعل الناس منخرطين بطريقة مختلفة جدا عن الكلمة المكتوبة – واعتبرها المحطة الثالثة لثالوث أحدث وسائل الإعلام الجديدة الشامل الذي يغير عالمنا.

انتقل فصل "ويكيبيديا من الرابع إلى الخامس، ولكن من الترتيب الثامن إلى السادس في أليكسا، بدأت ويكيبيديا على الانترنت في ينايرعام 2001، مما يجعلها أقدم وسيلة إعلام جديدة في هذا الكتاب. مثل يوتيوب، زادت أهمية واستخدام ويكيبيديا منذ عام 2009، ووضعت في الخلف قليلا في هذه الطبعة من أحدث وسائل الإعلام الجديدة فقط بسبب النمو الاستثنائي الأكبر في الفيسبوك، تويتر، ويوتيوب. ولكن الويكيبيديا فريدة من نوعها بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة في الطرق التي تصل بها إلى ما وراء عصرها وعدد مستخدميها: (1) أولا، رغم تنافس المدونات مع وسائل الإعلام القديمة مثل الصحف، واليوتيوب مع التلفزيون، فإن وسيلة الويكيبيديا الجديدة هي رأس التحدي لإحدى أكثر وسائل الإعلام توقيراً خلال مئات السنوات القليلة الماضية: الموسوعة. كمستودع للمعلومات الموثوقة، الموسوعة البريطانية Britannica مثلا تعمل (الآن على الانترنت فقط) كمثال مصغر لنظام إعلامي يقوده خبراء للتدقيق من أعلى إلى أسفل. في المقابل، فإن الويكيبيديا يكتبها حرفياً قرائها (100،000 قارئ/كاتب من 365 مليون قارئ الذين يستطيعون أن يكونوا قارئ/كاتب إذا رغبوا، في عام 2012، وراجع ويكيبيديا، 2012، للإحصاءات الحالية). (2) على الرغم من إن قراء ويكيبيديا يكتبون يوميا موادا جديدة (إجمالي 20 مليون صفحة في 283 طبعة بلغات مختلفة مكتوبة بشكل مستقل في جميع أنحاء العالم اعتبارا من عام 2012) عن مجموعة واسعة من المواضيع، معظم الكتابة على الويكيبيديا هو تحرير- تصحيح، واختصار، أو تمديد- المقالات المكتوبة سابقا. هذا التدقيق من العالم بأسره هو أحد المبادئ الرئيسية لأحدث وسائل الإعلام الجديدة. (3) ويكيبيديا هي أيضا الأكثر اتساقا في

إنكارها لطريقة وسائل الإعلام القديمة في إنتاج المقالات مهنياً. رغم إن عمل القارئ/المحرر في تسلسل هرمي فضفاض، مع بعض المحررين الذين لديهم قوة أكثر من غيرهم، هناك عدد قليل من المقالات على ويكيبيديا التي يمكن ألا يكون فيها مشاركة حتى لأحدث قارئ/محرر. في المقابل، العديد من مقاطع الفيديو على يوتيوب مُنتجَة مهنيا، وتنشر وسائل الإعلام الصحفية التقليدية مثل صحيفة نيويورك تايمز تدوينات يومية في كثير من الأحيان .

في "التدوين" (بدأ في عام 1997 أو قبل ذلك)، كان يحتل سابقا الفصل الثاني من الكتاب، والآن السادس، ندرس أول أحدث الوسائل الإعلامية الجديدة التي ليست نظاما محددا ولكن نوع جديد عام من الكتابة والنشر. إنه أيضا أقدم أحدث وسائل الإعلام الجديدة - الوسيلة الوحيدة التي تعود إلى التسعينات. وآلياتها، الطرق التي تمكّن الكاتب بها، مخطط لجميع وسائل الإعلام الجديدة اللاحقة، والتي بطريقة أو بأخرى يمكن اعتبارها جميعاً مستمدة من المدونات. وكان هذا السبب في وضع فصل التدوين في الجزء الأمامي من الطبعة الأولى من هذا الكتاب. ومرة أخرى تعكس حركته الإضافية إلى داخل الكتاب أهميته، ولا تقلل منها، ولكن معدل نمو الفيسبوك، وتويتر، ويوتيوب أكبر. كانت أكثر من 165 مليون مدونة نشطة في عام 2011، مقارنةً بـ 130 مليون مدونة في عام 2008. يثير التدوين- سواء مكتوب أو فيديو- مسألة من هو الصحفي وماهية الصحافة، وبالتالي من لهم حق حماية التعديل الأول. إذا اتفقنا مع مارشال ماكلوهان في إن "الوسيلة هي الرسالة"، فإن ممارسة تغطية الأخبار تجعل من الممارس صحفي، أياً كانت نوعية وسيلة التعبير المعينة، سواء صحافة ورقية، أو بثا تلفزيونيا، أو مدونة، أوبث وتحميل فيديو على يوتيوب. مثل هذه القضايا لها أهمية بالنسبة لدور أحدث وسائل الإعلام الجديدة في حركة احتلوا وول ستريت.

"فورسكوير Foursquare" (بدأ في عام 2009)، يحتل المرتبة 782 في الوقت الراهن على أليكسا، ويظهر لأول مرة في هذه الطبعة الثانية من الكتاب في الفصل السابع، بعدد مستخدمين يبلغ 10 مليون مستخدم في عام 2011. كوسيلة "تعتمد على الموقع المكاني" التي فيها يسمح المستخدمين "لأصدقائهم" معرفة أين هم

عن طريق "تسجيل الدخول في" المحال، والمطاعم، ودور السينما، أو حتى ناصية الشارع الذي قد يكونوا واقفين فيه، يمكن النظر إلى فورسكوير باعتباره فرع من أحد جوانب تويتر الذي يستخدم لقول جمل بسيطة على شاكلة "أنا في توني بيتزا"- أو استخدام تويتر لقول لا شيء مثير أكثر من أين أنت. ولكن بسبب إن فورسكوير مخصص حصريا لإعلان موقعك الجغرافي في العالم الحقيقي، فإنه يمثل الشكل الأكثر تطورا من التكامل بين العالمين الرقمي/ الحقيقي، على عكس تويتر، والذي يتألف في معظمه من العالم الرقمي فقط أو العالم الرقمي عن الرقمي، أو الرقمي عن وسائل الإعلام الأخرى . علاوة على ذلك، فإن فورسكوير هو أحدث وسيلة الإعلام الجديدة الأولى والرئيسية الوحيدة حتى الآن التي تتطلب استخدام الهواتف الذكية أو الكمبيوتر اللوحي مثل آي باد - لا يمكنك "تسجيل الدخول" في مكان من الكومبيوتر المكتبي أو حتى من جهاز كمبيوتر محمول- وهو ما يؤكد ارتباطه بالمكان والسفر المادي من خلال العالم الحقيقي. الأجهزة المتطورة لاستخدام أحدث وسائل الإعلام الجديدة – أي فونiPhone، بلاك بيري BlackBerry، أجهزة الأندرويد Androids،الأي باد iPad، وكندل Kindle، وغيرها - جرى تقييمها في الفصل الثالث عشر الخاص بها في الطبعة الأولى من الكتاب، ولكن سيجري دراستها هنا في فصل فورسكوير.

"الوسائل قليلة الأهمية" هو عنوان الفصل الثامن في هذه الطبعة من الكتاب، وهو ليس اسم أي نظام من أحدث وسائل الإعلام الجديدة. إلا إننا ندرس في هذا الفصل العديد من أحدث وسائل الإعلام الجديدة التي تضاءلت أهميتها منذ صدور الطبعة الأولى للكتاب، ولكنها لا تزال تستدعي التحليل في هذا الكتاب. ماي سبيس (بدأ في عام 2003) يعمل الآن كمثال مدرسي حرفيا، لتضاؤل وسقوط وسيلة إعلامية جديدة في عصر أحدث الوسائل الإعلامية الجديدة الوليد. كان ماي سبيس أكبر مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية في عدد الزوار خلال الفترة من عام 2005 حتى بداية عام 2008 قبل ظهور الفيسبوك، وخصصنا له الفصل السادس في الطبعة الأولى من الكتاب، ولكن انخفض سبيس بالفعل إلى مرتبة أدنى من الفيسبوك بصدور الطبعة الأولى من الكتاب في عام 2009، وبانخفاضه إلى 30 مليون مستخدم

(هبط من المرتبة 5 إلى 138 في ترتيب أليكسا)، ويعمـل الآن كموقـع موسـيقى في المقـام الأول. سـوف ننظـر في أسـباب تراجـع مـاي سـبيس – البيـع نظـير 35 مليـون دولار في عـام 2011 مقابـل مليـارات الدولارات المتوقع زيادتها لفيسبوك في عام 2012 من الاسـتثمارات العامـة- كـما سـنقارن مـاي سـبيس بمواقع موسيقى أخـرى مثـل ريفيربناشـن Reverbnation، وسـاوند كـلاود Soundcloud. ديـج Digg (بدأ في عام2004) خصصنا له الفصل الخامس في الطبعة الأولى من الكتاب - قبل كلا مـن مـاي سـبيس و فيسبوك- بعدد زوار يبلغ 236 مليون زائر في عام 2008، وأعلى 20 ترتيـب أليكسـا في ذروة نفـوذه في الانتخابات الرئاسية الأميركية عام 2008. كموقع إخباري يصـوت فيـه المسـتخدمون عـلى الأخبـار رفضاً وقبولا بتعبـيرين هـما("احفـررDigg" و"ادفـنBury") التـي تحصـل عليهـا أكـثر القصـص نجاحـا عـلى الصفحة الرئيسية لموقع ديج Digg، مثلت ديج ولا تزال طريقة أخرى يصـبح بهـا المسـتهلكون (القـراء) منتجين (محررين) في عصر أحدث وسائل الإعلام الجديدة. ولكن لمجموعة متنوعة من الأسـباب سـوف نستكشفها، انخفض ديج إلى 50 مليون مستخدم سـنويا في عـام 2011، ليـنخفض دون منافسـه اللـدود رديت Reddit ، وهو ما لعب دورا هاما في نشر المعلومات حول حركـة احتلـوا وول سـتريت، وهـو مـا سوف نتعرض له أيضاً في هذا الفصل. (انخفض ديج بالفعل إلى المرتبة 294 عـلى أليكسـا بحلـول نهايـة عام 2008، وصـعد حاليـا إلى المرتبـة 194، وتجـاوزه رديـت في المرتبـة 114). سـكندلايفSecond Life (بدأ في عام2003)، وهو نظام يلعب فيه الناس، ويشترون ويبيعـون المنتجـات، وينخرطـون في الأنشـطة الاجتماعية على الإنترنت عبر صورهم المجسـدة، لم يكـن كبـيراً جـداً حتـى عـام 2009 (المرتبـة 3354 في أليكسا)، عندما خصصنا له الفصـل التاسـع في هـذا الكتـاب، وكـان لديـه أكـثر مـن 82 ألـف مسـتخدم متـزامن عـلى شـبكة الإنترنـت ("في العـالم") في بدايـة ذلـك العـام. بـدأ عـدد مسـتخدميه المتـزامنين في الانخفاض ذلك العام، وبحلول عام 2010 بلغ متوسط عدد مستخدميه المتزامنين 54 ألف مستخدم مـع عدم وجـود أرقـام متاحـة لعـام 2011 حتـى كتابـة هـذه السـطور. ولكـن ارتفـع ترتيبـه في أليكسـا إلى المرتبة 2608، ويظل سكندلايف أفضل مثال على الانغماس التام في عالم التكنولوجيا الرقمية. وهـو بهـذا

المعنى في الطرف المقابل من طيف أحدث وسائل الإعلام الجديدة من فورسكوير. يمكن اعتبار البودكاستنج Podcasting (النشرة الصوتية) شكلا صوتيا أو سمعيا من التدوين، و خصصنا له الفصل العاشر في الطبعة الأولى. مع ذلك منذ عام 2009 أفسحت المواد الصوتية المجال باضطراد لمقاطع الفيديو أو نشرات الفيديوvidcasts للانتشار على موقع يوتيوب أو غيره من مواقع أحدث وسائل الإعلام الجديدة الفيديوية. سيتم مناقشة العديد من السمات المشتركة بين نشرات الصوت والفيديو في فصل اليوتيوب. وسوف يتم تقييم العناصر الصوتية الفريد للنشرات الصوتية في فصل "الوسائل قليلة الأهمية".

الوضع العام في كل من الطبعة الأصلية والحالية من هذا الكتاب هو أن أحدث وسائل الإعلام الجديدة توفر فوائدا كبيرة، وغالبا ثورية، إلى أعداد مضطردة من الأشخاص في جميع أنحاء العالم الذين يستخدمون هذه الوسائل للعمل واللعب، والتعليم. ولكن أحدث وسائل الإعلام الجديدة، مثل كل أدوات الإنسان، يمكن أيضا أن تستخدم لأغراض تدميرية شخصيا واجتماعيا، بما في ذلك الإجراءات الجنائية والقاتلة. هذا المدى من الأداءات الرقمية الجديدة من السلوك السيئ الممارس منذ فترة طويلة الأمد، مثل التعقب والإرهاب عبر الإنترنت، إلى الاستخدام الصريح لوسائل الإعلام الاجتماعية لتسهيل الجرائم، بما في ذلك السرقة والقتل. سوف نسكتشف بعضا من هذه الانتهاكات والجرائم، فضلا عن الحلول الممكنة التي تنشأ عن أحدث وسائل الإعلام الجديدة في حد ذاتها في الفصل التاسع المعنون " الجوانب السلبية من أحدث وسائل الإعلام الجديدة"، كما ندرس أيضا بعض استخدامات أحدث الوسائل الجديدة مثل ويكيليكس التي يعتبرها البعض مدمرة للمجتمع بينما يعتبرها الآخرون تعبيرا أصلياً عن الصحافة، التي يحميها التعديل الأول للدستور

صُممت الطبعة الأولى من الكتاب في خريف عام 2007، عندما كانت الحملة التي انتخبت باراك أوباما رئيسا للولايات المتحدة جارية بالفعل. وكان أوباما يُسمى أول رئيس "انترنت جينيا" في ذلك (Saffo، 2008، وراجع أيضا Levinson ، مقتبس عن Zurawik، 2008)، ولكن منذ ذلك الحين تعلمت جميع الاتجاهات السياسية في الولايات المتحدة والعالم بأسره مَلَكة استخدام أحدث وسائل الإعلام

الجديدة. الفصل الختامي من هذة الطبعة الجديدة- الفصل العاشر المعنون "السياسة وأحدث وسائل الإعلام الجديدة"- يدرس استخدام حزب الشاي والجمهوري وكذلك المرشحين الديمقراطيين لأحدث وسائل الإعلام الجديدة في الحملات الانتخابية الأمريكية عام 2012، وما قد يكون أكثر أهمية في المدى البعيد: حركة احتلوا وول ستريت، والربيع العربي، وعودة الديمقراطية المباشرة في جميع أنحاء العالم. كما نواصل في هذا الفصل مناقشة دور التعديل الأول للدستور في حماية أحدث وسائل الإعلام الجديدة الصحفية وتغطيتها لأحداث احتلوا وول ستريت.

السرعة في تطور أحدث وسائل الإعلام الجديدة، وأجهزتها

السرعة المطلقة في تطور أحدث وسائل الإعلام الجديدة واضحة في التحولات الملاحظة سابقا في أهمية ووجود أنظمة أحدث وسائل الإعلام الجديدة ومواقعها. يوتيوب وتويتر، الذين لعبا دورا مهما في انتخابات الرئاسة الأمريكية في عام 2008، وبالنظر إلى النقص النسبي في استخدام حملة ماكين هذه الوسائل على النقيض من أوباما، التي لم تكن موجودة حتى في انتخابات عام 2004. وبالتالي فإن الدور الذي ستلعبه في انتخابات 2012 لا يمكن التنبؤ به إلا بالمعنى العام جدا أنه سيكون لهم تأثير رئيسي وحاسم على الأرجح، من خلال تغريدات تبشر بالأخبار السياسية العاجلة؛ ويوتيوب سوف يقدم تغطية فيديو لأول وهلة ويستعرض 24 ساعة في اليوم، ويقدم الفيسبوك، والمدونات، وويكيبيديا، والبقية سياقا وتفصيلا للقصص والأحداث سريعة التغير.

ولكن تطور أحدث وسائل الإعلام الجديدة يحدث بسرعة كبيرة حتى إن كوكبة من وسائل الإعلام نفسها سوف تتغير مابين وقت كتابتي لهذه الطبعة الثانية وحتى وقت قرائتها. تلاشى ماي سبيس من الصورة المركزية بين الطبعتين الأولى والثانية – مابين عامي 2009 و 2012. لم يكن فورسكوير موجودا عندما كتبت معظم الطبعة الأولى. بينما انفجر حجم فيسبوك وتويتر وتأثيرهما منذ ذلك الحين، وكانت أهميتهما كبيرة للغاية بالفعل في عام 2009.

بينتيريستPintrest ، الذي تأسس في نسخة تجريبية (بيتا) مغلقة

محدودة (ليست مفتوحة للجمهور) في عـام 2010، لم يكـن موجـودا حتـى عنـدما صـدرت الطبعـة الأولى من كتاب أحدث وسائل الإعلام الجديدة. ولم يكن في مسوداتي الأولى لهذه الطبعـة الثانيـة في عام 2011، ولكن "ارتفع فجأة منذ منتصف عـام 2011" في عـدد المسـتخدمين ومسـتوى انخـراطهم (MarketingProfs، 2012)، وأصبح الآن في الفصل السادس في قسم المدونات الفوتوغرافية. يمكن أن يكون له فصلا خاصاً في الطبعة الثالثة من هذا الكتاب.

وفي الوقت نفسه ، والأجهزة التي تعيش عليها أحدث وسائل الإعلام الجديدة لديها أكثر مـن معدل ثابت مع تطور الأنظمة. أي فون، التكنولوجيا المتقدمة للوصول إلى شبكة الإنترنـت، وبالتـالي أحدث وسائل الإعلام الجديدة في راحة يدك، تم تقديمه فقط في يوليو 2007. ولَحِقها سريعـاً أجهـزة بلاك بيري الذكية وهواتف الأندرويد، ونوع مختلف جدا من أجهزة أحدث وسائل الإعلام الجديـدة، وهو الأي باد iPad، في أوائل عام 2010 . الأي باد أو أجهزة الكومبيوتر اللوحية استغنت عـن طـراز الهاتف الذكي – المُتضمَن داخل الهاتف المحمول- وتوفر شاشات أكبر، وأكثر ملاءمـة بكثـير للكتابـة، والقراءة، ومشاهدة الصور والبرامج التلفزيونية، والأفلام، وفيديو يوتيوب. وتواصل كلا من الهواتـف الذكية والكومبيوترات اللوحية التطور، وتقديم طرازات جديدة سنويا تقريبا.

نجاح هذه الأجهزة- بيع 15 مليون أي باد بحلول مارس 2011 عندما أُصـدر أي بـاد 2، كـما بيع 108 مليون آي فون وقتها- تبلغنا شيئاً واحداً على الأقـل عـن أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة يمكننا أن نكون متأكدين منه بنسـبة 100% : أنهـا سـوف تسـتمر في لعـب أدوار حاسـمة و مهمـة باضطراد في حياتنا.

منهج البحث الرئيسي: التعلم بالاستخدام

معظم المصادر المذكورة في هذه الطبعة الثانية، كما كانـت في الأولى، مـن كتـاب أحدث وسائل الإعلام الجديدة هي المواد المنشورة على شبكة الإنترنـت، وذلـك لسـبب بسيط هو أن الكتب ليست كافية لمهمة تقييم أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة التـي تطور أشكال ووظائف جديدة شهريا تقريبا. لا يضع كتـاب نصر أوبامـا: كيـف شـكلت وسـائل الإعـلام، والمـال، والرسـائل انتخابـات 2008 (Kenski, Hardy, Jamieson,

2010) قائمة، عـلى سـبيل المثـال في فهرسـه لأي مـن أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة الموضـحة في المقاطع السابقة، غير يوتيوب، الذي يرد ذكره في ست صفحات فقط من أصـل 314 صـفحة. عـلاوة على ذلك، نظرا إلى أن معظم الكتب تأخذ في أفضل الأحوال جزءا من سنة أو أكثر منذ كتاباتها حتى وصولها إلى قرائها على الورق والشاشات، حتى عندما يركز كتاب بشكل مناسب فهو حتما لقطة من الماضي، مهما كان حديثاً. وينطبق الشيء نفسه، بطبيعة الحال، على هذا الكتـاب أو عـلى أي إصـدار جديد من الكتاب، وأنصح القارئ بالنظر في تدوينتي المعنونة "مـا أكـثر حداثـة مـن أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة"(Levinson, 2009–2012) للتحـديث المسـتمر. فالعديـد مـن التطـورات التـي نوقشت في الطبعة الحالية تم تسليط الضوء عليها من قبل في تلك المدونة، وسـوف يسـتمر هـذا في الطبعات المقبلة.

لحسن الحظ ، تستطيع جميع وسائل الإعلام على الويب –بمـا فيهـا قديمـة الطـراز مدفوعـة تحريريا بالمقالات -أن تقدم تقرير وتحليل فورياً عن التطـورات الجديـدة في أي مجـال بمـا في ذلـك أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ولكن بعيداً عن استخدام الويب بدلا من الكتب كمورد أساسي، فإن "البحث" الذي أجري لهذا الكتاب يتسق مع قارئ أو باحث يصبح منتجا في أحـدث وسـائل الإعـلام الجديدة، ومع مبدأ الفيلسوف الـبراجماتي الأمـريكي جـون ديـوي (مـثلا، ديـوي، 1925) إننـا نـتعلم أفضل من خلال الممارسة، وعمل، أو فعل أي نشاط ندرسه. في الواقع ، فإن المصـدر الـرئيسي للكثـير من المعلومات في هذا الكتاب يأتي مما تعلمته وأواصل تعلمه في جـولاتي - عمـلي ككاتـب، ومنـتج ، وناشر- في جميع أحدث وسائل الإعلام الجديدة المذكورة في هذا الكتاب. هناك، بطبيعة الحال، دائما احتمال إن خبرتي، أو الخبرة الفردية لأي باحث، كممارس قد لا تكون ممثلة للعالم العام ككل. لذلك راعيت، حيثما كان ذلك مناسبا، إن وضعي كأستاذ ومؤلف لهذا الكتاب وغيره مـن الكتـب قـد لـون خبراتي كممارس لأحدث وسائل الإعلام الجديدة. و الاستشهادات من المصادر الأخرى حـول مواضـيع تعتبر في هذا الكتاب أيضا بمثابة تأكيد على دقة برنامج أبحاثي لهذا الكتاب من خلال "عمل" أحدث وسائل الإعلام الجديدة.

هنـاك قائمـة مخـتصرة مـن الاسـتهلال مـن خـبراتي بأحـدث وسـائل الإعـلام

الجديدة كما يلي: انضممت إلى فيسبوك في أبريل 2005 بناء على نصيحة ابني، سيمون، الـذي كـان آنذاك طالبـا في جامعـة هارفـارد (حيـث بـدأ فيسـبوك)، وبسـبب قـوة بريـدي الإلكـتروني المنتهـي باللاحقة تعليم Edu في جامعة فوردهام، حيث كنت ولا أزال أستاذا. في تلـك الأيـام لم يكـن ممكنـاً الانضمام في فيسبوك إلا للأشخاص الذين ينتهي بريدهم الالكتروني باللاحقة تعليم.

غيَّر فيسبوك هذا الشرط منذ فترة طويلة، وفي الواقع، إحدى السمات المميزة لجميع أحـدث وسائل الإعلام الجديدة هي إن أي شخص (لا يقـل عمـره عـن 13 عامـا) يمكنـه الانضـمام إليهـا ثـم اللعب أو العمل عليها. انضممت إلى ماي سبيس Myspace في مـايو 2005 ولكـن لم أبـدأ المشـاركة فيه حتى نشر أحدث رواياتي في الخيال العلمي، المعنونة "مـؤامرة لإنقـاذ سـقراط" في فبرايـر 2006. نشرت أول تدويناتي على ماي سبيس في ذلك الشهر. لدي سببان للمشاركة في مـاي سـبيس: البحـث لغرض الكتابة عن ماي سبيس، والترويج لروايتي. ويشير هذا الغرض المزدوج لإحدى سـمات أحـدث وسائل الإعلام الجديدة الأخرى: تشجيعها على تعدد المهام،أو فعل أكـثر مـن شيء في نفـس الوقـت. كما لاحظ عالم النفس والفيلسوف الأمريكي البراجماتي ولـيم جـيمس 1890(William James، ص 462) في القرن التاسع عشر إن أدمغتنا مجهزة لتقبل "الازدهار الكبير، وطنين ارتباك" العالم .

ظهرتُ في وسائل الإعلام الأقدم من خلال شاشـة شـبكة تليفزيونيـة، ومحطـة تليفزيـون كابـل وطنية، ومنذ ظهوري في برنامج جيسي فنتورا Jesse Ventura قصير الأجـل عـلى MSNBC في أكتـوبر 2003، بدأت في تحميل أجزاء فيديو ظهوري على شاشة التلفزيـون عـلى يوتيـوب في أغسـطس 2006. اكتشفت أيضا في ذلك الشهر، مقالات عني وعن روايتي مؤامرة لإنقاذ سقراط منشورة على ويكيبيـديا. وسرعان ما انضممت لها بعد ذلـك، وكتبـت مقـالات ويكيبيـديا عـن موضـوعات وأشـخاص بـدءا مـن مراسل صوت القرية وعن الحائزين على جائزة بوليتزر من تيريزا كاربنتر Teresa Carpenter إلى بـول فـاينر Paul Feiner، ومشرف بلـدة Greenburgh، في نيويـورك، وانخرطـتُ في نقـاش سـاخن حـول ما إذا كان راديو بودكاست جوبون Jawbone على الإنترنـت يسـتحق مقـالا. (اعتقـدت إنـه يسـتحق

لكنني خسرت تلك المناقشة، لكنني بعدها بفترة وجيزة ربحت نقاشا للاحتفاظ بمقال عن بيكل بودكاست Podcast Pickle، وهي خدمة استضافة بودكاست ورسالة لوحة)

كنت قد بدأت أول بودكاست لي – بعنوان ضوء على ضوء حتى النهاية Light On Light Through،عن الثقافة الشعبية، والتلفزيون ، والسياسة، "الأعمال"، كما كانت تقول دعايتي المغالى فيها في أكتوبر 2006. وبعدها بشهر أضفت مقاطع أخبار ليفنسون للعروض التلفزيونية، وبحلول نهاية ذلك العام كان لي بودكاست ثالث، بعنوان اسأل ليف Lev، والذي يقدم نصائح للكتاب .

بدأت (تراجع لانهائي Infinite Regress) أول مدونة مستقلة لي ولاتزال الأساسية- غير المرتبطة بأي من مدوناتي على ماي سبيس، صالون Salon، وهكذا دواليك- في نوفمبر 2006. وبحلول يناير 2012 كنت قد نشرت أكثر من ألف و 900 تدوينة على InfiniteRegress.tv، الذي استقطب أكثر من 900 ألف قارئ. أحد طرق جذب القراء هو نشر روابط و ملخصات موجزة لتدويناتك على Digg وReddit، الذين انضممت إليهما في ديسمبر عام 2006. تويتر هو وسيلة أخرى، بدأت الكتابة على تويتر في صيف عام 2007. يمكن توظيف تطبيقات - "تطبيقات" أو برامج خاصة- لإرسال عناوين وروابط التدوينات، ومقاطع فيديو يوتيوب، أو أي شيء مثير للاهتمام على الويب مباشرة إلى تويتر وغيرها من المواقع، والتي بدورها يمكن أن نقليها تلقائيا إلى مواقع مثل فيسبوك Facebook ولينكيد إن LinkedIn ، وماي سبيس Myspace.

في نوفمبر 2007، دعتني كين هدسون Ken Hudson لإلقاء محاضرة حول أحدث وسائل الإعلام الجديدة في سكندلايف. انضممت للمحاضرة واكتشفت أنه علي ضبط مُجَسَدِي بالشعر، ونوع الجسم والجنس، والملابس، وكذلك التأكد من إن ميكروفوني يعمل. انضممت إلى فورسكوير في يوليو 2010، و"سجلت الدخول" بجهاز البلاك بيري تورش الخاص بي. بدأت استخدام جوجل بلس باستخدام بنفس طريقة تويتر وفيسبوك إلى حد كبير في سبتمبر 2011.

أواصل الحفاظ على حساباتي على كل هذه الأنظمة، ليس فقط لأنني

أنوي الاعتماد عليها لتحديث هذا الكتاب، ولكن أيضا استمتع بها ومن ناحية أخرى أربح من عملي وتجاربي عليها. وكلها مجانية ومتاحة للجميع – وهي سمة أحدث وسائل الإعلام الجديدة جميعها. ويمكن لأي شخص يحصل على حساب على أي من هذه الأنظمة استخدامها لانتاج المعلومات فضلا عن الحصول عليها. وعلى القراء الذين يرغبون في معرفة المزيد عن أحدث هذه الوسائل الجديدة الانضمام إليها والاستفادة منها.

فيسبوك مكان جيد للبدء، وهو موضوع الفصل التالي، في حالة إنك غير عضو بالفعل.

الفصل الثاني

فيسبوكFacebook

تقـول سـالي دينـان Sally Deenan في مجلـة النجـاح Success في أبريـل 2011 "اذا كـان فيسبوك دولة، فسيكون أكبر ثالث دولة في العالم بعد الصين والهند مباشرة. مئات من الناس الجـدد ينضمون كل سـاعة". وهـو نجـاح بالتأكيـد - أكـثر مـن 800 مليـون مسـتخدم بحلـول يوليـو 2011 والثالث في عدد السكان بعد الصين والهند ولكن تحقق ذلك في غضون ثماني سنوات فقط بـدلا مـن آلاف السنين. حقق فيسبوك ربحا قدره مليار دولار في عام 2011، وفي فبرايـر 2012 مـن المتوقـع أن يحصل فيسبوك في "الاكتتاب" الذي طال انتظاره -الطرح العـام الأولي، أو إصـداره في سـوق الأوراق المالية- على خمسة مليارات دولار على الأقل من المال المستثمر من الجمهور(Szalai, 2012)، وهـو أكثر بكثير مما حصدته جوجل عند طرحها للجمهـورفي عـام 2004 وبلـغ 1.7 مليـار دولار. فيسـبوك هو أمر مجتمع كبير، وأحدث أسلوب وسيلة إعلامية جديدة.

في خريـف عـام2011، حثـت تيفـاني شـالين Tiffany Shlain المعجبـين بفيلمهـا الوثـائقي الجديد (متصل Connected) الذهاب ليس لصفحة الويب الخاصة بالفيلم، بل لصفحة الفيلم على الفيسبوك المنشورة حديثاً. هذه نصيحة جيدة تسـلط الضـوء عـلى الفـرق بـين صـفحة ويـب، رغـم كونها جذابة ومفصلة، وصفحة فيسبوك، رغم إنشاؤها حديثا. قد تقدم صفحة الويب صورا أفضـل، ولقطات من الفـيلم أطـول، وسـيطرة محكمـة عـلى الصـفحة مـن مُنشـيئها، لكنهـا تفتقـر لمجتمـع فيسبوك وقدرته على بناء المجتمعـات. صـفحة ويـب المهنيـة هـي الوسـيلة الجديـدة القديمـة. أمـا فيسبوك فهو أحدث وسيلة جديدة بلا منازع.

المجتمع هو عن العلاقات بين الأشـخاص-مجموعـة مـن النـاس يصـبحون مجتمعا عندما يكون بعـض أعضـائه لـديهم اتصـالا مشـتركا ودائمـا. أكـثر أنـواع

الاتصالات عمقا في حياة الإنسان هما الأسرة والصداقة. وكلاهما يمكنهما الهجرة والامتداد من العالم الحقيقي إلى الرقمي – يمكن أن تكون أسرتنا وأصدقاؤنا في الواقع جزءا من مجتمعنا على شبكة الإنترنت، ولكن أحدث وسائل الإعلام الجديدة اخترعت أيضا نوعا جديدا من الصداقة، لم يكن موجودا من قبل، وفي الواقع موجود فقط على شبكة الانترنت. باستثناء إن "موجود" كلمة ضعيفة جدا لهذه الظاهرة، لإن "الأصدقاء" الرقميين يزدهرون مثل الزهور البرية أو الأعشاب عبر الإنترنت، إذا كنت تعتبر صديق الانترنت ثانوياً بالنسبة للصديق الشخصي (بالنسبة لي لا أعتبرهم كذلك، إنما مختلفين فقط). ولا توجد بيئة على الإنترنت أكثر ملاءمة وتحديدا للصداقة الرقمية من الفيسبوك.

نداء "الأصدقاء" المغري

فريندستر Friendster، أقدم وسيلة اجتماعية (2002)، وضعت كلمة "صديق" في اسمها (بقية الاسم من كلمة نابستر Napster، موقع تبادل ملفات الموسيقى MP3 المجانية كبير الشعبية في ذلك الوقت). جذبت فريندستر ثلاثة ملايين مستخدم في الأشهر الثلاثة الأولى من وجودها، ومستمرة حتى اليوم كموقع ألعاب اجتماعية ناجح للغاية في جنوب شرق آسيا.

فتحت ماي سبيس أبوابها على شبكة الإنترنت بعدها بعام في2003. مثل فريندستر، كان ماي سبيس مجانيا. وكان شعاره "مكان للأصدقاء". تجاوز ماي سبيس فريندستر في عدد المستخدمين في عام 2004، وهو العام الذي أطلق فيه مارك زوكربيرج الفيسبوك.

انضممت إلى فيسبوك في أوائل عام 2005، ليس للعثور على أصدقاء شخصيين، ولا لعمل صداقات جديدة عبر الإنترنت، ولا حتى لترويج رواياتي من الخيال العلمي. انضممت لأن ابني كان من المتحمسين الأوائل لفيسبوك. وكان طالبا في جامعة هارفارد، حيث كان زوكربيرج أيضا طالب في عام 2004. في تلك الأيام، لم يكن ممكنا إلا للأشخاص الذين ينتهي بريدهم الإلكتروني باللاحقة تعليم edu الحصول على حسابات في فيسبوك، وكان معظم المشتركين في فيسبوك طلابا من الكليات والجامعات. وكنت قادرا على الانضمام لأنني كأستاذ جامعة فوردهام

ينتهي بريدي الإلكتروني باللاحقة edu. لذلك كانت عضويتي في فيسبوك مدفوعة بالعائلة وممكنة بفضل مهنتي. الصداقة، على الإنترنت وفي الواقع، لم يكن لها علاقة بها، ولكن ذلك من شأنه أن يتغير قريبا.

اليوم ، لدي ما يقرب من 5000 صديق في فيسبوك (5000 هو الحد الأقصى الذي يسمح به فيسبوك). ما يقرب من 25 من هؤلاء هم أفراد الأسرة، و 100 من الطلاب السابقين، و 50 من الزملاء في جامعة فوردهام أو الأساتذة الذين التقيت بهم مرة واحدة على الأقل من جامعات أخرى . أضف إلى ذلك نحو 75 شخصا من أصدقاء حقيقيين في حياتي، وغيرهم ممن سيكون من الأفضل وصفهم بالمعارف، بما في ذلك الأشخاص الذين التقيت بهم شخصيا مرة أو مرتان. هؤلاء 250 شخصا من أصل 5000. وأولئك 4750 شخص أتفاعل مع 20-25 على الأكثر منهم في أسبوع معين، وأتفاعل مع 75-100 شخص آخر على الأكثر مرة واحدة أو مرتين في عام معين. وأنا أكتب هذا، في 31 ديسمبر 2011، كتبت في "الحالة" على فيسبوك متمنيا للجميع سنة جديدة سعيدة. ومن بين 20 صديق "معجب" بالفعل – حيث إن "معجب" تعبير رسمي عن الموافقة في فيسبوك، ويوتيوب، والعديد من وسائل الاعلام الاجتماعية – قابلت اثنين فقط بشخصهما، ومرة واحدة فقط لكل منهما (ميشيل لانج Michele Lang ، كاتب روايات الخيال العلمي، في مؤتمر منذ عامين، وديفيد سوبلمان David Sobelman، المخرج، في عرض فيلم أخرجه قبل خمس سنوات عن مارشال ماكلوهان). الثماني عشر شخصا الباقيين لم أقابل أيا منهم شخصياً أبداً، أعتبر الاثنين أصدقاء مقربين على الإنترنت. حيث تستمر "معجب" في الوصول منهم، وأتوقع أن تميل النسبة أكثر بكثير في اتجاه الأشخاص الذين لم ألتق بهم شخصيا فقط، إنما أيضا بالكاد أعرفهم على الإنترنت. ولكن جميع هؤلاء الناس هم أصدقائي في فيسبوك

ماذا تعني "الصداقة" على الإنترنت؟

صديق الانترنت المحض، حتى الذي تتفاعل معه وأصبحت "تعرفه" على شبكة الإنترنت، لديه شيء مهم واحد فقط مشترك مع الأصدقاء الذين تعرفهم بشخصهم خارج الإنترنت- هو تشارك شغف واحد أو أكثر معه. من ناحية أخرى، أتذكر الرد

الذي تلقيته بعد فترة وجيزة من بدء المشاركة بنشاط على ماي سبيس في عام 2006، عندما دعوت لصداقتي شخصا لديه ذوق في الخيال العلمي يشبهني للغاية. أجابني ساخراً "آه، هل سنمضي وقتاً معاً؟" اعتذرت وقلت إنني ندمت على إن الدعوة لأن نصبح أصدقاء انطوت على علاقة أبعد من مصادفة الاهتمام المشترك بالخيال العلمي.

بالإضافة إلى تشارك أحد الاهتمامات أو أكثر معك – رياضات، أو ملابس، أو طعام، أوتسوق، أوعلاقات، أو أياً ما كان- كالتي تتشاركها مع أصدقائك خارج الانترنت: تعرفان كيف يبدو كل منكما، وكيف تبدو أنت. هذة السمات العميقة الرئيسية مرتبطة تلقائيا معا في حزمة نسميها "صديق"، أو شخص نعرفه شخصيا، بشحمه ولحمه، في الشارع، أو في أي مكان، ولكن ليس بالضرورة على الانترنت، بدون الحاجة إلى بطاريات أو أي نوع من المعدات.

على الرغم من إن "الصفحات الشخصية" في فيسبوك - بطاقات دعوة للجميع في فيسبوك وغيره من أحدث وسائل الإعلام الجديدة مليئة بالصور، ويمكن أن يكون فيها وصلات إلى مسارات صوتية لصوت صاحب الصفحة، فليس هناك ما يضمن أن هذه هي حقا صور وصوت مَنْ اسمه على الصفحة الشخصية. في الواقع، إن الطريقة الوحيدة التي يمكن بها التأكد من إن صديق على الإنترنت باسم ما هو نفسه في الحقيقة هي مقابلة ذلك الصديق بشخصه (غير مستحسن ذلك، إلا في الأماكن العامة للغاية، لأسباب واضحة تتعلق بالسلامة، والتي سنبحثها بالتفصيل في فصل "الجانب المظلم من أحدث وسائل الإعلام الجديدة").

يمكن أن تستقبل طلبات صداقة من "ناس" تعرف إنهم غير حقيقيين، كما حدث لي من "دون درابر Don Draper " من رجال مجانين و"كيت Kate" من الضياع. كما كان لدي العديد من صداقات الإنترنت مع "ناس" باسم سقراط الذي توفي في 399 قبل الميلاد. ولم أكن مستلما لدعوات صداقة هذة الشخصيات فحسب، بل ومبدعا لمثل هذة الشخصيات غير الحقيقية على الانترنت.

"سييرا ووترزSierra Waters" شخصية رئيسية في رواياتي المنشورة "مؤامرة لإنقاذ سقراط"(Levinson, 2008) و"الاسكندرية غير المحترقة" (Levinson

2008 ,)،وأنشأت حسابا باسمها في فيسبوك وماي سبيس في عام 2008. كان واضحا وضوح الشـمس لأي شخص ينظر إلى الصفحة الشخصية لسيرا إنها شخصية من خيالي. مع ذلك، تلقـت "سـييرا" أكـثر من بريد إلكتروني من رجال على ماي سبيس- أو من حسابات بأسماء ذكور- يطلبون منهـا خـدمات جنسية.

ولذلك يمكن أن تتوافق صداقة الإنترنت عـلى فيسـبوك وغيرهـا مـن أحـدث وسـائل الإعـلام الجديدة مع سمات متواصلة خارج الانترنت: صـديقك عـلى الانترنـت هـو صـديقك (أو أحـد أفـراد عائلتـك) خـارج الإنترنـت بالفعـل، أو هـو صـديق خـارج الإنترنـت لأحـد أصـدقائك بالفعـل خـارج الإنترنت، أو لا علاقة له على الإطلاق بشخص تعرفه شخصياً بالفعل، أو هو اسم لشخصـية تاريخيـة أو خيالية مباشرة. الفيسبوك مشـتبك أكـثر مـن أي وسـيلة اجتماعيـة أخـرى مـع الطبيعـة المعقـدة للصداقة عبر الإنترنت، وحاول صقل الصداقات عبر الإنترنت لتتوافق مع واقعها خارج الإنترنت عـلى نحو أفضل.

توطيد الصداقة على الإنترنت

اعتبارا من أول يناير 2012، قدم فيسبوك ثلاثة خيارات للأصدقاء على الانترنت – "الأصدقاء، و"الأصدقاء المقربون"، و"المعارف"، فضلا عن خيار "الاشتراك" غير الشخصي، وفرصة للأفراد في إنشـاء "الصفحات" (أو أن ينشيء آخرون صفحة لهم) باعتبارهم مـؤلفين، أو شخصـيات عامـة، وسياسـيين، أوحتى عنوان كتاب أو فـيلم، أو أيـا مـا كـان. يقـدم جوجـل بلـس خيـارات مشـابهة لـدوائرها مـن "الأصدقاء"، و"العائلة"، و"المعارف"، و"المتابعين" (أي ما يعادل "الاشـتراك")، فضـلا عـن خيـار إنشـاء صفحات للشركات، والكتب، وهكذا. يقدم تويتر خيار "متابعة" فقط ، والتي قـد تكـون أو لا تكـون متبادلة.

كما ذكرت سابقا، وضع الفيسـبوك منـذ فـترة طويلـة حـد 5000 شـخص عـلى إجـمالي عـدد "الأصدقاء" الذي يمكن للشخص إضافتهم على فيسبوك (في الواقع، يتضـمن العـدد 5000 "الأصـدقاء وكذلك "الصفحات"، وبالتالي "الاعجابات")، والاعتراف بالحقيقة الواضحة بحكم الواقـع إن لا يوجـد إنسـان يمكـن أن يكـون لديـه أكـثر مـن جـزء صـغير مـن الــ5000 صـديق في العـالم الحقيقـي. في

المقابل، ليس هناك حدود لعدد المشتركين لدى شخص ولا لعدد الاعجابات بصفحة عامة. لذا فإن الاشتراكات والصفحات، يعملان بمثابة حدودا خارجية بناء على الأصدقاء – أنواع المجالات "الاجتماعية"، حيث يستطيع الناس أن يربطوا أنفسهم بالأشخاص المهتمين بهم، أو يتابعونهم، دون الحفاظ على خيال الصداقة على الانترنت.

يحلل أو يقسِّم وصف "الأصدقاء المقربون" و "المعارف" في فيسبوك، بناء الصداقة على الانترنت إلى مجموعات أصغر، وأكثر ملائمة. تماما كما في حالة الأصدقاء في الحياة الحقيقية، حيث بعضهم قريبون، وبعضهم عارضون ومن الأدق تسميتهم معارف، وهذه الكلمات نفسها تصف ثلاثة درجات من الصداقة على الانترنت.

علاوة على ذلك، تسمح إعدادات الخصوصية الواسعة في فيسبوك للمستخدمين تحديد وتمييز الأصدقاء المقربين، والأصدقاء، والمعارف، وكذلك من يعرِّفهم المستخدمين بأنهم "الأسرة" (مخصصة لأفراد الأسرة الحقيقيين فقط) الذين يمكنهم أن يروا صور المستخدم، ومنشورات الجدول الزمني، والأنشطة الأخرى على الإنترنت. ونظراً إلى أن أي شخص يمكنه الحصول على صور ومعلومات من أي صفحة شخصية لديه إمكانية الوصول إليها على فيسبوك، ونشر هذه المعلومات على نطاق واسع كما يشاء، فإن إعدادات الخصوصية يسهل اختراقها بطبيعتها.

"مجموعة" الفيسبوك وتطورها

يتطلب المجتمع تلاحم بعض الأفراد في مجموعة، يمكن فيها تبادل ومناقشة الاهتمامات أو الاهتمامات المشتركة بين الأصدقاء على أساس شخص –إلى – شخص، وتعزيزها من قِبَل العديدين، أو من قِبَل أعضاء المجموعة.

وتركز المجموعات في فيسبوك على معظم الاهتمامات التي عرفتها البشرية، بدءا من شغف الثقافة الشعبية مثل الأفلام، والبرامج التلفزيونية، والموسيقى إلى أحدث القضايا الاجتماعية والسياسية.

استمرت مجموعة فيسبوك "باراك أوباما (مليون مؤيد لباراك)" في النمو حتى بعد الانتخابات في نوفمبر2008، واعتبارا من مايو 2009 كان لديها أكثر

من مليون عضو. وبحلول يناير 2012، استبدل الاسم الطويل للمجموعة باسم صفحة "باراك أوباماBarack Obama (سياسي)"بأكثر من 24 مليون "معجب". بينما صفحة "ميت رومني Mitt Romney (سياسي)" كان لديها أكثر من مليون "معجب"، وحصلت صفحة ريك سانتوروم Rick Santorum على 55 ألف "معجب" (بعد يوم من اقترابه بثمان أصوات في الجولة الثانية لرومني في اجتماع اللجنة السياسية في أيوا، والتي تحولت لاحقا إلى فوز بفارق ضئيل لسانتوروم)، ورون بول Ron Paul (الذي جاء في المركز الثالث في ولاية ايوا) بفارق 24 ألف صوت.

لماذا "صفحة" بدلا من "مجموعة" في فيسبوك؟ تمثل "الصفحة" محاولة لتحديد "المجموعة" أفضل، بنفس الطريقة التي حاول بها الفيسبوك تحديد وصقل "الصداقة" عبر الإنترنت بدقة. تعني المجموعة الأفراد الذين يريدون أخذ بعض الأدوار الفعالة في تعزيز مصلحة المجموعة أو غرضها. ولكن معظم أعضاء المجموعات الكبيرة لا يفعلون أكثر من التعبير عن الاهتمام العام بموضوع المجموعة أو غرضها. ويعكس "الاعجاب" بصفحة هذا بدقة أكثر من هذه المشاركة السلبية.

لم يعد فيسبوك مجرد وسيلة إعلام اجتماعي أمريكية منذ فترة طويلة، ومجموعاته تخدم مدى واسع من الحركات الاجتماعية في جميع أنحاء العالم. فكما ذكرت إريك شون Eric Shawn على شبكة فوكس نيوز في ديسمبر 2008، "خرج اثنا عشر مليون شخص إلى الشوارع" في 190 مدينة حول العالم في فبراير 2008 احتجاجا على مجموعة إرهابية في كولومبيا فارك FARC(القوات المسلحة الثورية الكولومبية)، وكلها في استجابة لدعوة تنظيم أوسكار موراليس لهذا الحدث في مجموعة فيسبوك بعنوان "مليون صوت ضد القوات المسلحة الثورية الكولومبية"، في ما يمكننا أن نراه بأثر رجعي الآن تمهيدا للربيع العربي وحركة احتلوا وول ستريت بشكل لا لبس فيه. وأوضح جاريد كوهين من وزارة الخارجية الأمريكية إلى شون إن في فيسبوك، " يمكنك أن تكونِ ناشطة من غرفة نومك"، ولكن هذا ينحرف عن نقطة إن ناشط أحدث وسائل الإعلام الجديدة لديه وسيط سَلِس بين الشوارع والشاشة. في عشية ليلة رأس السنة الجديدة، 2012 (أي التي تبدأ 31 ديسمبر2011)، شاهدتُ فيديو تيم Tim لضباط شرطة نيويورك يعتقلون محتجين

في مانهاتن. كان تيم في الشارع، وكنتُ في المنزل، و كلانا جزء من احتلوا وول ستريت OWS.

يمكن لأي مستخدم انشاء مجموعة أو صفحة في فيسبوك، دون مصاريف، في دقيقة واحدة فقط أو اثنتين. تأتي بموضوع، اكتب وصفا موجزا له، ربما فقرة أو اثنتين عن التطورات الحالية، ثم تحمِّل صورة، وتبدأ في دعوة أصدقائك.

لنقدر مدى سهولة هذا هو، بغض النظر عن الموضوع، نأخذ في الاعتبار ما يلي: عدت الى المنزل في وقت متأخر مساء يوم الجمعة من عطلة عيد الشكر في عام 2008، ثالث أيام هجوم وأزمة إرهابية في مومباي بالهند، وكنت أبحث عن آخر التغطيات الخبرية على جميع محطاتي الإخبارية المفضلة، وما حصلت عليه بدلا من ذلك كان برنامج "دوك بلوك Doc Bloc" على MSNBC. وفي هذة الحالة عرضت لقطات مسجلة منذ عدة سنوات، واسمتها " Caught on Camera"

نشرتُ عدة تدوينات حول هذه المشكلة، مثل "MSNBC تشغل برنامج مسجل ومومباي تحترق"، على مدونتي تراجع لانهائي (Levinson, 2008)، واكتشفت عبر التعليقات والبريد الإلكتروني إن العديد من الأشخاص الآخرين شعروا بنفس الشعور. كلنا نريد من محطة MSNBC تقديم تغطية إخبارية متواصلة 7/24؛ يتطلب عصرنا وعالمنا لا أقل من ذلك. (راجع الفصل التاسع " الجوانب السلبية من أحدث وسائل الإعلام الجديدة"، لمناقشة كيف قدم فيسبوك وتويتر على النقيض من MSNBC تغطية أولية في غاية الأهمية عن الهجوم الإرهابي في مومباي وعواقبه.)

بدأت محطة MSNBC في التسعينات باعتبارها شراكة بين الإنترنت والتلفزيون، أو زواج بين وسيلة إعلام قديمة القديمة (محطة ان بي سي NBCالتليفزيونية) وأخرى جديدة (مايكروسوفت-MS). قررت أن أرى إذا ما كنت أستطيع تسخير القوة الاجتماعية لأحدث وسائل الإعلام الجديدة -فيسبوك في هذه الحالة- من أجل التأثير في برنامج تلفزيوني. أنشأت في الأول من ديسمبر 2008 مجموعة فيسبوك اسميتها "أوقفوا برنامج دوك بلوك على MSNBC،" ومنحتها وصفا يشبه إلى حد كبير العنوان السابق -"عدت إلى المنزل في وقت متأخر يوم الجمعة..."-واختتمت الوصف "دعونا نرى إذا ماكنا هنا في فيسبوك،

قد نستطيع من خلال الانضمام إلى هذه المجموعة فقط إجبار MSNBC على أن تفعل الأفضل لها ولمشاهديها -وقف برنامج دوك بلوك- وتزويدنا بالأخبار! أخبر أصدقاءك عن هذة المجموعة على فيسبوك!"

دعوت ما يقرب من 1500 صديق مقرب لي، ثم 1600 صديق في فيسبوك. وكان مسموح للمستخدمين أن يكونوا فقط 300 مشترك في المجموعات كحد أقصى، وهو ما كان السبب في إن 100 صديق آخرين لم يستطيعوا استقبال دعوة الانضمام للمجموعة. حملت صورة عامة لعلامة قف الحمراء، واستخدمت برنامج ضبط الصور المجاني GIMP (الذي يشبة فوتوشوب كثيراً في طريقة العمل) لكتابة اسم البرنامج "دوك بلوك" أسفل كلمة "أوقفوا" على العلامة، وحملتها إلى المجموعة. في غضون ساعتين، كان أكثر من 50 عضوا اشتركوا في المجموعة. وبعدها بأربع وعشرين ساعة كان مشترك في المجموعة 150 عضو – 15 عضو منهم على الأقل لم يكونوا في قائمة الدعوة التي وجهتها. هذا التسويق الفيروسي في العمل - في هذه الحالة من أجل قضية مشتركة. وقتما ينضم شخص على فيسبوك إلى مجموعة، يُنشر "إخطار" عن هذا على صفحة الشخص المنضم، ويمكن أن يراه كل أصدقائه أو أصدقائها على صفحتهم الرئيسية. وإذا وجدوا المجموعة مفيدة لهم، يمكنهم الانضمام، وتستمر الدورة.

بحلول مايو 2009، امتدت مجموعة "أوقفوا دوك بلوك" إلى نحو 300 عضو، ولم تغير محطة MSNBC برنامجها الأسبوعي قيد أنملة. اعتبارا من أول يناير 2012، تقلصت المجموعة غير النشطة إلى 265 عضو – كان آخر منشور سابق في أكتوبر 2010، ولكن MSNBC قلصت البرنامج كثيراً، ولاسيما الجمعة، وأصبح لديها الآن برنامج إخباري مباشر في العاشرة مساء. لا تنجح كل مجموعة كلياً أو حتى جزئيا.

ومع ذلك فإن قوة مجموعات فيسبوك لا يمكن إنكارها، لدرجة إن أقدم وسائل الإعلام ومؤيديها يستخدمون أيضا مجموعات الفيسبوك لمزيد من التأثير. وأوضح مارك هنتر Mark Hunter هذة المفارقة في نشرته الصوتية عن وسائل الإعلام الاجتماعية Social Media podcast (هنتر Hunter،2009) قضية "لا

تدعوا الصحف تموت" على فيسبوك ("القضية Cause" هي نوع خاص من المجموعة) ، تحت شعار "أنقذ صحفي بشراء صحيفة". المفارقة، نعم ، إن توظيف إحدى أحدث وسائل الإعلام الجديدة -على الرغم من أنه ليس واضحا كم الناس الذين يحصلون على الأخبار من الفيسبوك- يضع موضوع القضية المعرض للخطر خارج نطاق العمل. من ناحية أخرى، لا مفر، يعكس تشكيل هذه المجموعة- القضية بالتأكيد فهما، من جانب مؤيدي الصحف، لقوة أحدث وسائل الإعلام الجديدة. اعتبارا من مايو 2009 ، كان لدى "لا تدعوا الصحف تموت" أكثر قليلا من 80 ألف عضو. واعتبارا من أول يناير 2012، انتقل الشعار والقضية إلى وسيلة جديدة أخرى -تُسمى causes.com- حيث أصبح لديها أكثر من 100 ألف عضو. ومازال غير واضحاً إذا ما كانت سوف تنجح القضية (راجع الفصل السادس "التدوين" لمعرفة المزيد عن احتمالات بقاء الصحف على قيد الحياة في العصر الرقمي).

وكمثال أخير عن استخدام مجموعات الفيسبوك لقضايا اجتماعية وسياسية، دعاني أحد زملاء جامعة فوردهام أعرفه بشكل عابر، مارك نيسون Mark Naison، في نوفمبر 2011 إلى مجموعة تشكلت حديثا، "نادي 99% من فوردهام". وقد تم تشكلت المجموعة بناء على اقتراح من ايرا شور Ira Schor، زميل Naison، والذي أراد إيجاد "مكان" للأشخاص الذين لم يتمكنوا من المشاركة فعليا في أحداث احتلوا وول ستريت، ولكنهم أرادوا لعب دورا نشطا في الحركة (مثال آخر على التداخل بين العالمين الواقعي والافتراضي في أحدث وسائل الإعلام الجديدة). كان في المجموعة ما يقرب من 200 عضو تدريس في يناير 2012، بعد أن بدأت في قبول المستخدمين ذوي الاهتمامات المتشابهة دون أن يكونوا طلابا أو أعضاء هيئة تدريس في جامعة فوردهام لم تعد المجموعة بمثابة منتدى للنقاش فحسب، بل مستودع للمعلومات حول أحداث احتلوا وول ستريت في نيويورك وما ورائها.

أصدقاء الفيسبوك والمجموعات كقاعدة موارد معرفية

فيسبوك لديه "شريط الحالة" والذي، كما في تويتر(راجع الفصل الثالث)، عادةً ما يُستخدَم لنقول للعالم على الانترنت ما الذي نفكر فيه، أو نفعله، أو نشعر به. "ماذا

يدور في ذهنك؟" كما يلقنك شريط الحالة في فيسبوك. كما يمكن استخدامه أيضاً للخروج بكلمة عن المنشورات والأحداث، مع روابط إلى أماكن موجودة في أي مكان على شبكة الإنترنت. كما يمكن استخدام شريط الحالة في طرح الأسئلة التي لا تجد لها إجابات على شبكة الانترنت. ولأنه محدث باستمرار مثل ويكيبيديا فلا يمكن أن يتضمن مقال أو جزء من مقال يجيب على كل سؤال محدد قد يسأله شخص ما عن الأخبار العاجلة، أو حتى عن بعض الأحداث الغامضة في التاريخ. كان موقع أردفارك Aardvark، في عمله خلال الفترة من 2008-2011، ضمن أحدث وسائل الإعلام الجديدة، مكرسا تماماً للإجابة على أسئلة مستخدميه من خلال إرسالهم إلى مستخدمين آخرين يعرِّفون أنفسهم باعتبارهم "خبراء"، ولكن جوجل اشترت الموقع وأوقفته بعد ذلك.

هنا كيف يمكن لشريط الحالة في فيسبوك أن يساعد في هذه المهمة: في أسبوع 17 نوفمبر 2008، عندما كان كيث أولبرمانKeith Olbermann وراشيل مادوRachel Maddow غائبين لأسباب مجهولة عن برنامجهم العد التنازلي في MSNBC ولم يعط أي تفسير على الإطلاق لغيابهم؛ وقال ديفيد شوستر David Shuster ببساطة إنه يحل محل أولبرمان. وبدأت راشيل مادو كل حلقة من برنامجها بإعلان إن بديلتها -أريانا هافينغتونArianna Huffington (مؤسِسة هافينغتون بوست) في الليلة الأولى، وأليسون ستيوارت Alison Stewart في الليلة الثانية- سوف تأخذ مكانها. وكانت الزميلة البديلة تقول في نهاية كل حلقة من نهاية برنامج راشيل مادو إنها سوف تعود "قريبا".

لم يكن الأمر هو إنه لا يوجد إعلان على MSNBC فقط، ولكن لم يكن هناك الكثير حول هذا الموضوع على شبكة الإنترنت أيضاً، ولا عند أي شخص آخر يمكن أن يتساءل عما حدث لهما (Arnold, 2008). افترضتُ إنهما كانا في أجازة من نوع ما، ولكنني. . . نشرت سؤالا في شريط "الحالة" الخاص بي في فيسبوك، وكان مايك بلف Mike Plugh ، أحد أبرع طلابي السابقين وأكثرهم دراية، رجع بإجابة (راجع ليفنسون Levinson، 2008، "أين اختفى أولبرمان ومادو"؟): "في عطلة، كانا يعملان خلال الانتخابات دون انقطاع، وأعتقد أن راشيل مادو في جولة بحرية

على أمريكا أير مع بعض المستمعين المحظـوظين. وقـد يكـون أولبرمـان في طابقـه السـفلي يضـغط تشغيل وترجيع لتسجيل برنامج بن أفليك (مباشرةً مساء السبت Saturday Night Live)".

لم يجب مايك على سؤالي مع أسلوب فقط، ولكنه افترض إن المعلومات التي قدمها صحيحة، وقدم درسا مهما في قيمة أحدث وسائل الإعلام الجديدة كمصادر للمعلومات. عندما تفشـل وسـائل الإعلام القديمة في إبقاءنا على دراية، وتفشل عمليات البحث عن المعلومات على الإنترنت بالطريقـة القديمة في أن تمدنا بالإجابات، فإن أحدث وسائل الإعلام الجديدة ومبدأها في أن يصبح القـراء كُتابـا ومقدمين للمعلومات في بعض الأحيان يمكن أن يمـدنا بالإجابـات التـي نبحـث عنهـا. بهـذا المعنـى، يذهب الفيسبوك خطوة أبعد من ويكيبيديا، من خلال تحويل عالم أحدث وسائل الإعـلام الجديـدة بأكمله إلى موسوعة واحدة كبيرة، والتي يمكن فيها لأي صديق من أصدقائك عبر الإنترنت أن يكتـب الجواب على سؤالك.

المجموعات لديها أشرطة "حالة" أيضاً تحث عضو المجموعة "اكتب شـيئاً" -"اكتـب منشـوراً، أوأضف صورة/ فيديو، أو أسأل سؤال." وميزة شريط حالة المجموعة، لطرح أسـئلة حـول أي أعضـاء المجموعة على دراية، إنهم جمهور أكثر تحديداً.

أصدقاء الفيسبوك كمصادر معرفة آنية

منذ البدايات الأولى مـن التواصـل عـبر الإنترنـت في الثمانينـات، قـدمت الإنترنـت سـبلا لتبـادل المعلومات الآني والمباشر، بالإضافة إلى التوزيع المتأخر أو غير المتـزامن للمعلومـات. قبـل وسـائل الإعـلام الرقمية، كانت جميع الاتصالات غير متزامنة باستثناء الهاتف والمحادثـة الشخصـية (وجهـاً لوجـة)- أي، سواء كانت في اتجاه واحد، أو إذا كانت في اتجاهين، كما في كتابة الرسائل، يوجد تأخير بين إرسال وتلقـي الرسائل. ويمكن اعتبار الكتاب المطبوع وسيلة غير متزامنة أصيلا، في بعض الحالات تنقل المعلومات التي تم إبلاغها لأول مرة منذ مئات أو حتى آلاف السنين. قبل اختراع الهاتف، كان التواصل الآني في المحادثـة وجها لوجه فقط (بإشارات الدخان، والإشارات الضوئية والهمس بمذكرة لشـخص يقـف إلى جانبـك هـي

استثناءات طفيفة- راجع ليفنسون Levinson، 1997، للمزيد عن تاريخ وسائل الإعلام).

يوفر فيسبوك وجميع أحدث وسائل الإعلام الجديدة كلا الخيارين - الآني وغير المتزامن. مع ذلك أكثرية الاتصال على معظم أحدث وسائل الإعلام الجديدة غير متزامنة- بالتأكيد بالنسبة لمقاطع الفيديو على يوتيوب، والمقالات في ويكيبيديا، والتدوين، حيث التعليقات (وأقسام الكلام في ويكيبيديا) هي المكان الوحيد للتبادلات الآنية (أما التغريد والتدوين الحي فكما يشير اسمهما يحدثان آنياً، سيكونان استثناءات جزئية – مباشر فقط إذا كان القراء على الانترنت في الوقت نفسه الذي تُكتب فيه التدوينة أو التغريدة) مع ذلك لدى فيسبوك مكونات آنية مهمة يمكن استخدامها لمجموعة متنوعة من الأغراض، بدايةً من الدردشة العارضة وحتى متابعة المعرفة جدياً.

سجلت دخول على الفيسبوك في 21 نوفمبر، 2008. سألني جيمس ونستون James Winston ، أحد الأصدقاء عبر الفيسبوك لم التقه أبدا من قبل، إذا كان يمكنه أن يطرح علي سؤالا أو اثنين حول موضوع ورقة بحثية يكتبها. كان وقتها طالب دراسات عليا في دراسات الاتصالات والإعلام في جامعة شمال إلينوي.

كان سؤاله عن "الحمل الزائد للمعلومات" – ما إذا كنت أعتقد إن الويب تساهم في ذلك، وما إذا كنت أعتقد إن التعليم العالي يقوم بعمل جيد في تعليم الطلاب كيفية التغلب على ذلك ؟

أجبت إنني لا أعتقد إننا نواجه مشكلة "حمل معلومات زائد"، التحدي هو كيف نواجه "نقصان المعلومات" أو عدم كفابتها من أجل تمكيننا من أجل الحصول على أقصى استفادة من أحدث وسائل الإعلام الجديدة لتصفح الويب بنجاح. بعد كل شيء، البشر كائنات متعددة المهام بطبيعتهم. وأرشدت جيمس وليم جيمس 1890 (William James، ص 462، وراجع أيضا الفصل الأول من هذا الكتاب) وملاحظته حول "طنين وازدهار ارتباك" العالم، وقدرتنا على إدراك مغزى لذلك. معاصرة عالم ووسائل إعلام اليوم، يمكننا القول أن كل ما نحتاجه هو المعلومات الملاحية الصحيحة- وهذا هو السبب في أننا لا نشعر بالإرهاق الشديد عندما نسير

إلى مكتبة أو محل بيع كتب، لديه كتب هائلة أكثر مما يمكننا قرائته بكثير. لأننـا تعلمنـا، منـذ كنـا أطفالا، كيف ننتقل بين المكتبات ومحلات بيع الكتب (راجع أيضا ليفنسـون Levinson،1997، ص 134-135، وليفنسون، 2007، "مقابلة أجراها مارك مولارو Mark Molaro ،" للمزيد حول "الحمـل الزائد" للمعلومات "كحمل ناقص").

أما بالنسبة للتعليم العالي، قلت لجيمس إنني أعتقد أنه يقوم بعمل جيد بما يكفـي بإعطـاء الطلاب بعض المعلومات حول أحدث وسائل الإعلام الجديـدة، ولكـن أفضـل طريقـة لـتعلم كيفيـة استخدام هذه الوسائل هو استخدامهم لها في الواقـع (حسـبما يقـول جـون ديـوي John Dewey، 1925 ، الذي تعرضنا له أيضا في الفصل الأول من أحدث وسائل الإعلام الجديدة).

في عملية إجابة جيمس، أدركت ما كنـا نفعلـه- سـؤاله لي تلـك الأسـئلة، وإجـابتي عليـه في الفيسبوك- كان مثالا جيدا على عمل أحدث وسائل الإعلام الجديدة ليس كمجـرد قاعـدة معرفيـة تفاعلية، بل كمورد معرفة آني حي. قلت له إننـي قـد أضـع الحـوار الـذي دار بيننـا؛ وقـال إن ذلـك سيكون شيئاً عظيماً. كل ذلك حدث قبـل ثـواني مـن بـدء كتابـة هـذا الجـزء في الطبعـة الأولى مـن الكتاب.

كما قلت لجيمس إنني أود إرسال نسخة مجانية من هذا الكتاب له، وهو ما فعلته. وعندما تقرأ هذة السطور سيكون قد حصل على نسخة من هذه الطبعة الثانية أيضاً التـي تمسـكها بيـديك الآن أو تقرأها على الشاشة. وقد يكون جيمس يقرأ هذا الجزء الآن.

سألني سؤال إضافي في عام 2008: إذا ما كنت أعتقد إن مزايا الويب ومحتواها أكثر فائـدة للأشخاص الأصغر سنا- جيل الشباب؟ قلت له إنني كنـت أعتقـد إن الإنترنـت، كـما اسـميه "وسـيلة الوسائل الإعلامية" فيها معلومات مهمة للناس من جميع الأعمار. (ليفنسون Levinson، ماكلوهـان الرقمي،1999)

ثم شكرني جيمس – على إجابة أسئلته وعلى الوعد "بذِكْرِه" في هذا الكتاب، وسـألني إذا مـا كان يمكنه أن يسألني أسئلة إضافية في المستقبل. فقلت بالتأكيد.

وانتهت المحادثة. وكانت معرفتي كمورد لجـيمس ونسـتون بهـذه السـهولة.

كان في ولاية إلينوي وكنت في نيويورك، ولكن كان يمكن أن نكون في طرفي نقيض من الأرض. وكانت المحادثة ستتم بنفس السهولة بين جيمس وأي أستاذ آخر، أو بيني وبين أي طالب آخر، أو بين أي أشخاص آخرين؛ طلاب، أوأساتذة، أو غير ذلك. يسر عالم أحدث وسائل الإعلام الجديدة الحصول على المعرفة أسهل من أي وقت مضى في التاريخ.

في الواقع، عملتُ كمورد معرفة آني لـبيوتر ماخ Piotr Mach ، الذي أرسل لي رسالة في فيسبوك في 10 يناير 2012:

أنا طالب "علوم سياسية" في جامعة وارسو، بولندا، وتخصصت في التسويق السياسي، وأكتب رسالة الماجستير عن أدوات الإعلام الجديد في الحملة الرئاسية لباراك أوباما في عام 2008 .أقرأ الآن كتابك "أحدث وسائل الإعلام الجديدة". . . . وهو السبب في أنني أود سؤالك عن رأيكم في موقع mybarackobama.com وأدواته في جمع التبرعات لحملة أوباما في عام 2008. هل تصنفها على أنها ضمن أحدث وسائل الإعلام الجديدة ،أم وسائل الإعلام الجديدة فقط؟ أنا أسأل لأن المستخدمين كانوا عادةً مجرد سلبيين - يمكنهم إما التبرع أم لا. ولكن من ناحية أخرى يمكنهم وضع أداة شخصية لجمع التبرعات على صفحتهم الشخصية وتشجيع أصدقائهم على التبرع.

كان (بالطبع) يقرأ الطبعة الأولى، 2009، من الكتاب. أجبته على النحو التالي:

قد أقول إن موقع mybarackobama.com كان وسيلة عابرة في الفترة 2007-2008- طور تحولي (مثل من يرقة إلى فراشة) في أحدث وسائل الإعلام الجديدة. كان التبرع السلبي في الواقع، كما تقول، مجرد وضع لوسائل الإعلام الجديدة. ولكن في الواقع تفويض المستخدمين في أن يصبحوا جامعين تبرعات لحسابهم هو خطوة كلاسيكية من أحدث وسائل الإعلام الجديدة (وتعادل إنتاج مقاطعك الخاصة من الفيديو). آمل أن يساعدك هذا- حظا سعيدا في دراستك.

فعل الفيسبوك ما عليه لجعل هذا النوع من اكتساب المعرفة أكثر سهولة مما كان عليه في عام 2008. دخل اندماج نظام الدردشة والرسائل في فيسبوك حيز

التنفيذ في الواقع في عام 2011، بحيث تظهر أي دردشة حية تلقائيا وتظل في أرشيف رسائل المستخدم، مما يجعل الرجوع إليها لاحقا دون مجهود تقريبا. انهيت محادثتي مع بيوتر من خلال الدردشة. قلت له إنني كنت أراجع هذا الجزء تحديدا من كتاب أحدث وسائل الإعلام الجديدة عندما وصلني سؤاله. قال إنها صدفة لطيفة، أنه كان يقرأ هذا الجزء تحديدا. قلت له إنني سوف أضع حوارنا في الطبعة الثانية، كمثال على الفيسبوك كمورد معرفة آني دولي. اندمج المتزامن وغير المتزامن حرفيا في هذا الجانب من تطور أحدث وسائل الإعلام الجديدة.

ولكن ماذا لو كنت قد قدمت لجيمس ونستون أو بيوتر ماخ معلومات غير صحيحة، سواء بسبب الجهل أو الخبث؟ هل كان لديهم أي سبب للتفكير في إنهم يمكنهم التحقق من كتاباتي الأخرى المتاحة على الويب. كما سنرى بمزيد من التفصيل في الفصل السادس عن ويكيبيديا، لا توفر أحدث وسائل الإعلام الجديدة موارد معرفة فحسب، بل الوسائل الجاهزة لفحص وتصحيح أي معرفة في مسألة أو في حاجة إلى التأكيد أو المراجعة.

مقابلة أصدقاء الإنترنت في العالم الحقيقي

يتكون منطق الفيسبوك الأولي من شقين- إما معرفة المزيد عن زملاء تعرفهم بالفعل أو مراقبة شخص ما في الحرم المادي لم تكن تعرفه بالفعل لكنك رأيت وجهة في فيسبوك – متضمنا افتراض، وتوقع إن الناس قد تكون مهتمة بالقفز من الصداقات والعلاقات عبر الإنترنت إلى الصداقات والعلاقات الشخصية. في مجتمع الحرم الجامعي، لم تكن السلامة داخل الحرم الجامعي مصدر قلق كبير. قد تقابل شخصا تراه للمرة الأولى أو تعرفه على الفيسبوك من خلال الذهاب إلى كافتيريا الكلية أو الأماكن العامة الأخرى في الحرم الجامعي مع صديق أو اثنين من الحياة الواقعية. كان هذا النوع من البيئة، ولا يزال مختلفا للغاية عن أنواع المقابلات الشخصية التي تزامنت مع ماي سبيس التي فيها، على سبيل المثال، اثنان ليسا جزءا من أي حرم مجتمع مادي "يتعرفان" على بعضهما البعض على الانترنت ثم يتقابلان في العالم الحقيقي. وقد تكون هذه المقابلات محفوفة بالمخاطر الحقيقية جدياً بشكل واضح، و سوف ندرسها أكثر في الفصل التاسع المعنون " الجوانب السلبية من أحدث

وسائل الإعلام الجديدة".

ولكن التوسع في فيسبوك إلى ما أبعد من الحرم الجامعي جعلته أكثر شبها بماي سبيس وطرقه في مقابلة أصدقاء الإنترنت في الحياة الواقعية، سواء كانت خطرة أو مفيدة. كيف يمكن أن تظل هذه المخاطر مُستبعَدَة؟ الطريقة المتعقلة للوفاء باحتياجات الأمان مع أي شخص لم تقابله شخصيا من قبل هو أن تلتقيه في مكان عام، أو لو مناسب، في بيئة مهنية. قد يكون المطعم مثالا جيدا لمكان عام، كما إن مكاتب العمل مثال جيد على البيئة المهنية التي قد يزورها أي شخص لإجراء مقابلة عمل ناتجة عن تعامل عبر الإنترنت.

إذا تركنا اعتبارات السلامة جانبا، ما الذي نعرفه عن كيف تنجح العلاقات عبر الإنترنت عندما تنتقل إلى العالم الشخصي الواقعي، عندما تتحول من رمز رقمي إلى لحم ودم؟ كما أوضحت بالتفصيل في كتاب الحافة الناعمة: التاريخ الطبيعي ومستقبل ثورة المعلومات (ليفنسون، 1997)، وهناك تاريخ طويل يعود إلى منتصف الثمانينات من مقابلات الناس على الانترنت والوقوع في الحب (قد تكون مواقع مثل eHarmony, Match.com, Christian Mingle, and JDate أمثلة حالية لوسائل الاعلام الاجتماعية المكرسة لبدء علاقات عاطفية في العالم الواقعي)، ومقابلة الناس على الانترنت ثم الارتقاء إلى علاقات الأعمال الشخصية الناجحة.

وكنت طرفا في نوعين من العلاقات الشخصية العملية أو المهنية التي بدأت على الانترنت في مرات عديدة.

صممت وأدرت مع زوجتي تينا فوزيك Tina Vozick خلال الفترة 1985-1995 دورات تعليم عبر الإنترنت، أول برنامج على شبكة الإنترنت لتقديم دورات على الإنترنت بالكامل لطلاب الدراسات العليا بنظام الساعات المعتمدة ولطلاب الماجستير في الدراسات الإعلامية. آلاف الطلاب من أكثر من 40 ولاية في الولايات المتحدة و 20 بلدا في جميع أنحاء العالم سجلوا في دوراتنا لساعات معتمدة ممنوحة من المدرسة الجديدة للبحوث الاجتماعية، وجامعة البوليتكنيك، وكلية باث للتعليم العالي (في انجلترا)، وكليات وجامعات أخرى (راجع ليفنسون، 1997، لمزيد

من التفاصيل). كنت أعرف أقل من 5 في المئة من طلابنا شخصيا قبل اتصالهم وتسجيلهم. التقيت أقل من 5 في المئة آخرين من طلابنا على الإنترنت – طلاب لم أكن قد التقيت بهم شخصيا قبل ذلك أبدا- في مؤتمرات حضرتها في مدن مختلفة في الولايات المتحدة والخارج خلال البرنامج، أو عندما جاء بعض طلاب الانترنت إلى مدينة نيويورك لأي سبب من الأسباب .

لاحظت شيئا في المرة الأولى التي التقيت فيها شخصا ما وجها لوجة لم أكن أعرفه سابقاً إلا على الانترنت، وتحققت من صحته في كل مرة ألتقي فيها بشخص لم أكن أعرفه إلا على الانترنت: بعد الهزة الأولية التي تدوم بضع دقائق على الأكثر، تظهر الشخصية المُتعرَف عليها على الإنترنت بوضوح في الشخص الجالس عبر الطاولة. في الواقع، في تلك الأيام، في الفترة من عام 1985 إلى أوائل الألفينات كان معظم التواصل عبر الإنترنت من خلال النصوص، دون رسوم أو صور فوتوغرافية للناس الذين تحدثهم عبر الإنترنت. لذا كانت مقابلة شخص ما كنت تعرفه على الانترنت وجها لوجه أمر غريب للغاية: كنت ترى وجها للشخص الذي أصبحت كلماته المكتوبة معروفة بالنسبة لك، كما ينبغي أن يتناغم الصوت والشخصية مع تلك الكلمات. كانت تتزايد إمكانات استنتاج إن هذا الشخص الموجود على الطاولة أو في الغرفة معك مختلفا جدا عن الشخص الذي عرفته على الانترنت. ولكن الآن، أصبحت النتيجة عكس ذلك تماما.

الوضع المهني الآخر الذي التقيت فيه شخصياً بعدد لا بأس به من الناس الذين كنت عرفتهم أولا على الإنترنت - ما يصل إلى 50 في المئة من هذا المجتمع المحدد على الإنترنت- ظهر في أوائل ومنتصف التسعينات، عندما بدأ مؤلفوا وناشروا الخيال العلمي في التواصل عبر مجموعة متنوعة من أنظمة الإنترنت مثل كومبيو سيرف CompuServe وجي إن Genie (ليفنسون، 1997). كنت قد بدأت للتو نشر الخيال العلمي في ذلك الوقت، وفي عام 1998 أصبحت رئيسا لرابطة مؤلفي الخيال العلمي الأمريكية. بهذه الصفة، وكذلك قبلها وبعدها (خدمت في الفترة من 1998-2001)، التقيت مئات من المؤلفين والناشرين والعشرات من المحررين شخصيا - في اتفاقيات واجتماعات مصغرة- كنت أعرفهم بالفعل من

تبادل الحديث على الإنترنت. كما كان الحال مع طلابي على شبكة الإنترنت، في جميع الحالات كان وجه شخص، وصوته، وشخصيته متوافقة تماماً مع ما كنت أعرفه بالفعل من هؤلاء المؤلفين والناشرين من كلامهم على الانترنت.

إعادة التواصل مع الأصدقاء القدامى على الإنترنت

على الطرف النقيض من طيف لقاء أصدقاء الإنترنت شخصيا هناك خبرة إعادة التواصل عبر الإنترنت مع الأصدقاء والمعارف الشخصيين الذين لم تتصل بهم لسنوات. كان هذا يحدث معي لأكثر من 10 أعوام، ولاسيما عندما يشاهدني الأصدقاء القدامى، وزملاء الدراسة، والطلاب السابقين على شاشة التلفزيون، ثم يتصلون بي عبر البريد الإلكتروني. وفي يوم رأس السنة الجديدة، في عام 2000، ظهرت كعضو في فريق العمل على (الألفية الجديدة لقناة فوكس نيوز:العلم والأدب والخيال). بعدها بفترة وجيزة، وصلني رسائل البريد الإلكتروني من فيليكس بولز Felix Poelz ، كان زميلا في المدرسة الثانوية ولم أقابله منذ عام 1963، وبيتر روزنتال Peter Rosenthal، عازف الجيتار في ألبومي (مرتان على القافية) عام 1972 (لم أكن على اتصال ببيتر منذ منتصف السبعينات). وفي الثمانينات والتسعينات، وصلتني رسائل بريد إلكتروني من عدد من طلابي السابقين. وكان هذا مؤشرا مبكرا على قوة الفضاء الإلكتروني، قبل وسائل إعلام القرن الـ21 الاجتماعية، التي قهرت الوقت والمسافة التي تفصل بيننا وبين الأصدقاء والمعارف القدامى.

كان معدل تكوين صداقات على ماي سبيس عندما أصبحت عضوا نشطا في أوائل عام 2006 قليلا. لكن الفيسبوك، من المحتمل بسبب أصوله كمجتمع جامعة، رفع معدل لم شمل الأصدقاء على الانترنت إلى مستوى جديد. فمن بين 5000 صديق لي على فيسبوك، أكثر من 100 طالب وصديق سابقين لم أسمع منهم منذ سنوات. أتلقى ما يقرب من طلبين إلى ثلاثة طلبات إضافة صديق سنويا من معارفي القدامى. يمكنك أن تجد بسهولة في الفيسبوك كثير ممن كانوا في مدرستك الثانوية وكُلِّيتك، مرتبين وفقاً لسنة تخرجهم. لم يكن اسم فيليكس Felix مدرجا من بين خريجي عام 1963 في مدرسة كريستوفر كولومبوس الثانوية (لم يكن عضوا في فيسبوك)، ولكن من بين أكثر من 150 شخصا مذكورا، كان هناك عدد

قليل ممن أسمائهم مألوفة.

إذا كان لقاء "أصدقاء" الإنترنت شخصيا خطراً، عندما لم تكن تعرفهم شخصياً بالفعل، فهل يُعتبر ذلك إحدى السلبيات والتجاوزات المحتملة لأحدث وسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة، فإن إمكانية إعادة الاتصال مع أصدقاء قدامى فاقدا صلتك بهم منذ فترة طويلة يجب اعتباره أحد أعظم فوائدها المغذية للروح. إذا كنا نتفق مع كارل ساجان(1978) Carl Sagan إننا أشياء الكون المبحوث نفسه، فإن لم شمل المعارف الشخصيين القدامى عبر وسائل الإعلام الاجتماعية هي وسيلة الكون لرتق نفسه مرة أخرى .

حماية "البعد المستتر": تنظيف صفحاتك على الانترنت

"البعد المستتر" لجميع الانتاج الذاتي على أحدث وسائل الإعلام الجديدة هو ثباته على شبكة الويب لفترة طويلة بعد كتابته أو إبداعه. أستعير عبارة إدوارد هول Edward T. Hall ، التي صاغها قبل ظهور الإنترنت بفترة طويلة، كعنوان لكتابه الصادر في عام 1966 عن أهمية المسافة والفضاء الشخصيين في العلاقات الإنسانية، واللذان نعتبرهما أمرا مسلماً به، رغم إنهما يمكن أن يشكلا مسار ونتائج حوار بقوة. كما إننا في كثير من الأحيان لا نولي اهتماما خاصا لطول فترة بقاء منشورات مدوناتنا، ومقاطع الفيديو الخاصة بنا على يوتيوب، وصفحاتنا الشخصية على فيسبوك والتي يمكن أن يظل الناس يقرأونها لفترة طويلة بعد نشرنا تلك الكلمات والصور، وبالتالي يمكن أن يكون لها تأثير لم نقصده أو نتوقعه عند نشرنا للمرة الأولى.

على الرغم من أنني لم ابدأ التدوين حتى عام 2006، فإن الكلمات التي كتبتها منذ أكثر من عقد سابقا تظهر اليوم في عمليات البحث في جوجل. لحسن حظي، إن كل ما كتبته أو أبدعته على الإنترنت، بما في ذلك على صفحات الفيسبوك كان لغرض مهني، وليس شخصيا في المقام الأول، وبالتالي كانت تعليقاتي على جي إن GEnie (الشبكة الكهربية العامة لتبادل المعلومات The General Electric Network for Information Exchange) في أوائل التسعينات، غالباً عن بعض جوانب الخيال العلمي (راجع ليفنسون، 1997)، ليس

من المحتمل أن تكون أكثر إحراجاً لي الآن من أولى مقالاتي العلمية المنشورة في عام 1976 ("إعادة تعريف ساخن ولطيف لوسائل الإعلام التفاعلية" في دورية The Media Ecology Review) أو من تلك المسألة الأخرى، ألبومي (مرتين بناء على القافية) الصادر عام 1972 (الذي صدر على أقراص مدمجة في عام 2008 وأُعيد تسجيله بجودة أعلى على شرائط كاسيت في عام 2010، بالإضافة إلى توافره على أي تيونز iTunes ، وأمازون Amazon، إي ميوزيك eMusic، وسبوتيفي Spotify، وغيرها من منافذ MP3 -راجع قسم "ماي سبيس" في الفصل الثامن لمزيد من المعلومات عن الموسيقى على الانترنت). أنا، بلا تواضع، فخور بكل ذلك.

ومع ذلك يتصور معظم الأشخاص صفحاتهم الشخصية على فيسبوك باعتبارها ذاتية وليست مهنية. والخطر الذي يجب أن يكون معروفا جيدا الآن لكل طالب لديه حساب على فيسبوك: إنك تضيف صورا على صفحتك الشخصية على فيسبوك، مثلا الصور التي التقطت في حفلة عندما كنت مخمورا وغائبا عن الوعي أو متوعك. بعدها بعام أو اثنين قد تتقدم لشغل وظيفة في مكان ما- ومن الممكن أن يكون رئيسك المحتمل قد ألقى نظرة على تلك الصور، وقرر ألا يكون رئيسك- وتخسر الوظيفة بسبب صورك. في الواقع، قد يطلب أرباب العمل سواء حاليين أو محتملين من موظفينهم جدلا أن يمنحوهم كلمات السر الخاصة بهم على حسابات فيسبوك وتويتر، مما يسمح لصاحب العمل معرفة ليس فقط ما يتم نشره عامةً ولكن أيضاً خصوصياً عن طريق الرسائل (Madrigal, 2011).

في عالم مثالي، لن يكون رئيسك الحالي أو المحتمل في العمل مهتماً بكيف تصرفت في حفلة منذ عامين أو حتى يومين. كل ما سيهتم به هو أدائك في مكان العمل. (قلت هذه النقطة لـ بيل أوريلي Bill O'Reilly عندما كنت ضيفاً على برنامج عامل أورلي The O'Reilly Factor في قناة فوكس نيوز في عام 2004 ، عندما دافعت عن حق مذيعة محلية في تخلع ملابسها في مسابقة القميص المبتل wet T-shirt عندما كانت في إجازة، وراجع ليفنسون، 2004) لا أحد سوى معارفك الشخصيين أو من تختارهم من الأشخاص سيكون قادرا على رؤية صورك الشخصية. يوفر فيسبوك خيارات سماح إلى أقل من الوصول الكامل إلى كل شيء

على حسابك. ولكن طلبات أرباب العمل للوصول إلى نشاط موظفينهم على أحدث وسـائل الإعـلام الجديدة، وما يعيد نشره حتى الأصدقاء حسـنو النيـة إلى جانـب القـدرة عـلى نسـخ كـل شيء عـلى الانترنت بسهولة مـن الموسـيقى إلى مقـاطع الفيـديو إلى الصـور تجعـل حمايـة الفيسـبوك لا يمكـن الاعتماد عليها للغاية. يتغلب الفضول الإنساني عادة عاجلا أو آجلا على أي حـواجز تقيمهـا لحمايـة معلوماتك الشخصية على الانترنت.

وبالتالي، فإن أفضل علاج يمكن تطبيقه بالنسبة للصور المحرجة وغيرها من إبداعات أحـدث وسائل الإعلام الجديدة هو ما يلي: أولاً لا تنشرهم، وإذا فعلت تذكر إزالتهم في أقرب وقت مادمـت لم تعد سعيدا بعرضهم للعامة. النشر عن حالة السُكر ضروري ألا يتسـاوى باسـتدامة حالـة السُـكر. ولكن تذكر دائما الانتشار الفيروسي لأي شيء وكل شيء على الانترنت يعني إن ما تمحوه من صفحتك الشخصية على الفيسبوك اليوم قد يدوم لسنوات على صفحة، أو موقع، أو كومبيـوتر شـخص آخـر، أو على أي جهاز متصل بالإنترنت أو سحابة، مُشكِلة سحابة مشؤومة إلى الأبد فـوق رأسـك. إذا كـان عليك أن تُنظِف صفحة، وبعبارة أخرى، هناك دائما احتمال إن على الأقل بعض التنظيف قـد يكـون بلا جدوى. فمثلا نشر أنتوني وينرAnthony Weiner عضو مجلس النواب صورة على تويتر و أزالها بعدها بدقائق- ولكن ليس قبل أن يراها شخص آخر- مما تسبب في سلسلة مـن الأحـداث أدت إلى استقالته (راجع الفصل التالي، الجزء المعنون "عضو الكونجرس الآخر الذي غرَّدَ كثيراً للغاية") .

الاختلافات الذاتية والموضوعية بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة

ونحن نختتم هذا الفصل عن الفيسبوك، ونتحول إلى تويتر، إحدى أحـدث الوسـائل الإعلاميـة الجديدة القادمة على قائمتنا، هناك سؤال يطـرح نفسـه حـتما: أي وسـيلة أفضـل؟ السـؤال، بطبيعـة الحال، ليس واضحا كما قد يبدو، وربما مـن الأفضـل صـياغته كالتـالي: مـا هـي الوسـيلة الأفضـل مـن أحدث الوسائل الإعلامية الجديدة لأي تطبيق أو غـرض؟ لا تعـترف الاختلافـات الذاتيـة والموضـوعية وحتى هذا السؤال بالإجابة البسيطة، لأن تفضيلنا لإحدى أحدث الوسائل الجديدة على أخرى - لأيـة

وسيلة إعلامية أو أنشطة في منافسة لصالحنا وتحت رعايتنا يعتمد على مجموعة من العوامل الذاتية والموضوعية.

وثمة عامل ذاتي أو محك مستمد من تجاربنا الشخصية مع الوسيلة، مدى تفردها أو توافقها معنا أكثر من الوسيلة الأخرى.على سبيل المثال، قد نفضل فيسبوك على تويتر لأننا التقينا أو عرفنا صديقا جيدا أو اهتماما رومانسيا على فيسبوك، أو لأن اتصالنا بالفيسبوك ساعدنا في الحصول على وظيفة. إذا كان تويتر فيه 100 شخص تريد أن تكون على اتصال بهم، فسوف تعتبر تويتر أفضل، أو قيمته أكبر، مما سأعتبره إذا كنت غير مهتم إلا بعدد قليل من الأشخاص الذين يستخدمون تويتر. أو لصياغة ذلك بطريقة أخرى، وسيلة إعلامية اجتماعية أبطأ أو أقل كفاءة من المرجح أن تكون أفضل من وسيلة أسرع وأكثر كفاءة إذا كان النظام الأبطأ لديه مستخدمين مرغوب فيهم أكثر، أو مفيدين أكثر، أو مهمين لك بأي طريقة إيجابية.

كما ذكرت في فصل سابق، انضممت إلى فيسبوك في عام 2005 لأن ابني كان لديه حساب عليه في وقت مبكر- دافع قوي شخصي ذاتي لتقدير الفيسبوك. في المقابل، عندما انضممت إلى ماي سبيس في عام 2005 لم أكن أعرف أي شخص تقريبا هناك سوى الطالب الذي أوصاني عرضا بالانضمام. لذا نادرا ما دخلت الموقع. عندما عدت إلى ماي سبيس في عام 2006 لترويج روايتي الجديدة في الخيال العلمي، مؤامرة لإنقاذ سقراط، وعلى الفور بدأت في البحث عن الأشخاص الذين من ضمن اهتماماتهم "الخيال العلمي"، أو من الأفضل "السفر عبر الزمن". وفي غضون بضعة أيام كان لدي ما يقرب من 20 صديق، وجميعهم لم يكن لدي أي معرفة بهم على الإطلاق،خارج الإنترنت، في العالم الحقيقي. اهتمامنا المتبادل بالخيال العلمي أدى بنا إلى قراءة صفحات ومدونات بعضنا البعض على ماي سبيس، و بحلول عام 2007 كان لدي أكثر من 1000 صديق من ماي سبيس. حوالي 40 منهم اشترى كتبي وقتها، ولكن هذا لم يعد السبب الرئيسي الذي يجعلني أقدر صداقتهم على الانترنت؛ إنما أصبحت أشعر كما لو إننا جزءا من مجتمع واحد – يعلق على القضايا السياسية، والبرامج التلفزيونية والأفلام التي نشاهدها، وإننا نتمنى لبعضنا البعض

سنة جديدة سعيدة، وهالوين (عيد رعب) سعيد، وعيد ميلاد سعيد- مجتمع رغم عـدد قليـل مـن الاستثناءات، وإننا لم نلتق قط .

وفي الوقت نفسه، كنت نادرا ما استخدم حساب الفيسبوك الخاص بي في ذلك الوقت. كان هذا بسبب شيء آخر غير ابني، الذي كنت عـلى اتصـال بـه عـن طريـق الهـاتف والبريـد الإلكـتروني بسهولة، وطلابي، الذين كنت أيضا على اتصال بهم عبر البريد الإلكتروني، والفصـل الـدراسي إذا كـانوا طلاب حاليين، وإنما بسبب لم يكن هناك أحد آخر مهتم بالتواصل معه في فيسبوك في الفـترة 2005-2007. عند هذه النقطة، اعتقدت إن ماي سبيس أفضـل نظـام -لاحتياجـاتي- مـما كـان الفيسـبوك. ولكن مع انحسار سبيس في عـام 2008 والنمـو المتـزامن لفيسـبوك، تحولـت نقطـة ارتكـاز القيمـة الذاتية لأحدث وسائل الإعلام الجديدة بالنسبة لي مرة أخرى. ويواصل عدد كبير مـن أصـدقائي عـلى ماي سبيس صداقتي في فيسبوك حتى يومنا هذا، والذي تطور ليكون محطة توقـف لي سـواء مهنيـا أو شخصيا .

النقطة هي، مرة أخرى، إن الإيجابيات والسلبيات الذاتية لأي وسيلة اجتماعية تذهب أيـنما يتواجد رقميا الناس المهمين بالنسبة لك.

وتشمل العوامل الذاتية أيضا ما أسميه "متلازمة الحب الأول" الموجودة لـيس فقـط في أكـثر ما نحبه نظم الانترنت، إنما في الأفـلام، والـبرامج التلفزيونيـة، والروايـات. والمبـدأ هـو إننـا نحـب مـا نجربه أولا. مَنْ قرأوا ثلاثية ملك الخواتم قبل رؤية الأفلام قالوا لي بـإنهم اسـتمتعوا الأفـلام ولكـنهم يعتقدون إن الروايات أفضل، لأنها توفر معالجة حاسمة للملحمة. من ناحية أخـرى، يعتقـد الـذين شاهدوا الأفلام أولا إن الروايات كانت جيدة ولكن متخبطة أحيانـا. أعـرف بعـض النـاس الـذين رأوا الأفلام أولا لم يستطيعوا حتى الانتهاء من الروايات. لم أطبق أي مسحا رسمي، ولكـن الحـوارات مـع العديد من الأشخاص على مـدار السـنين عـما يفضـلونه لـنفس القصـة ؛ كتـاب أم فـيلم ، أم عـرض تلفزيوني، إقتناعي بإن أكثر ما يفضله الناس هو ما يواجهونه ويحبونه أولا.

وماذا عن الاختلافات الموضوعية بـين الفيسـبوك وغيرهـا مـن أحـدث وسـائل الإعلام الجديدة؟ بعض الاختلافات الموضوعية لها علاقة بمدى تحكم المسـتخدمين في

ما لديهم على صفحاتهم الشخصية. يتيح ماي سبيس للمستخدمين تزيين صفحاتهم الشخصية بجميع الألوان، والصور، والأصوات المتاحة من خلال HTML (يشبه إلى حد كبير صفحة مدونة مستقلة). يسمح تويتر بتحميل صورة لتكون خلفية للصفحة الشخصية. في المقابل، يسمح الفيسبوك بالنص العادي فقط، والوصلات (التي يمكن أن تجلب صورا ومقاطع فيديو إلى الصفحة)، والصور الأصغر (التي لا تستغرق صفحة كاملة) على صفحاته الشخصية.

تشكل نمو الفيسبوك بأصوله كوسيلة لطلاب الجامعات لكي "يقابلوا" بعضهم بعضاً – يرون كيف يبدون، وما هي اهتماماتهم-دون الحاجة إلى اللقاء جسديا، كما منحته تلك الأصول أساسا أكبر،حرفياً، من منافسيه في العالم الحقيقي. في البداية، تألفت مجتمعات الفيسبوك من الطلاب الذين يمكنهم الالتقاء شخصيا بسهولة إذا أرادوا، لأنهم كانوا يحضرون في نفس الكلية. عندما بدأ فيسبوك لاحقاً يرحب بالطلاب من الجامعات والكليات الأخرى غير جامعة هارفارد، واستمرت إمكانية لقاء الأشخاص على الإنترنت أولا ثم شخصياً، أو شخصياً أولا ثم على الإنترنت. وعندما بدأ أفراد الأسرة في الظهور على الفيسبوك، أخذت مجتمعاته منحى أكثر عمقا في العالم الواقعي. لاحقاً، تجاوز فيسبوك ماي سبيس وتفوق عليه، والذي لم يكن لديه منذ بدايته وسنوات توسعه أي أساس لنمو العلاقات الشخصية التي يتميز بها الفيسبوك. لذا قد نعتبر تأسيس علاقات في الحياة الواقعية إحدى سمات الفيسبوك الموضوعية الرئيسية.

وتواصل هذه السمة تحديد الفيسبوك مقارنةً بالأنظمة الأخرى على الإنترنت. تويتر، الذي سوف ندرسه في الفصل التالي، وبالتأكيد لديه تغريدات أصدقاء الحياة الواقعية وأفراد من الأسرة. ولكن حسابات تويتر التي لها ملايين من المتابعين يسيطر عليها المشاهير من السياسيين ونجوم السينما الذين لا يعرفون سوى القليل من المتابعين شخصياً على الأرجح. في المقابل، فورسكوير الذي نستعرضه لاحقا في هذا الكتاب، هو نظام "قائم على المكان" في جوهره، ويتألف من "الأماكن التي ندخل" معظمها في كل أنواع الأماكن الواقعية.

الخط الزمني على الفيسبوك

سمة واحدة يتفوق بها حاليا فيسبوك على تويتر، وماي سبيس، وجميع أحدث وسائل الإعلام الجديدة التي يغذيها الأصدقاء والمتابعين هي الفرصة التي يتيحها الفيسبوك لقراءة أي منشورات سابقة لك أو لأصدقائك في مساحتك العامة والتفاعل معها حتى بعد سنوات من نشرها. هذه المساحة العامة الشهيرة تُسمى "الحائط". لم يكن سهل الوصول إليها في الماضي حتى تغير اسمها قرب نهاية عام 2011 إلى الخط الزمني Timeline.

إنني راجع إلى عامي الأول على فيسبوك -2005- على خطي الزمني حالياً، في يناير 2012. كل ما كان علي هو النقر على "2005" لاسترجاع ذلك العام على شاشتي، وكان هناك ثلاثة منشورات فقط على حائطي وقتها:

من ديانا ريختر Diana Richter، 17 أبريل 2005 : ""أحب أن تكون وجهة نظري في الحياة واضحة دائماً. ولهذا السبب لم أتعاط أي مخدرات أو ارتد نظارات شمسية"- بول ليفنسون paul levinson" من ميتشيل باستور Michelle Pastor، 2 مايو 2005 : "شيء لا يصدق، ولا يمكن تصوره أنتتتتت!" ومن لوني ليشتمن Loni Lichtman، 10 ديسمبر 2005: "الحائط!!!" ديانا كانت ولم تزل صديقة لابنتي مولي Molly ، والاقتباس مني مأخوذ من شيء قلته مرة أو مرتين لابنتي مولي، وهي تشاركته مع ديانا. وكانت ميتشيل طالبة في مادتي "مقدمة إلى الاتصالات والدراسات الإعلامية" في جامعة فوردهام. واقتباسها مأخوذ من أغنيتي "أنت لا يمكن تصديقك، أو تصورك"، التي سجلتها فرقة فوج Vogues في عام (1968)، ومازالت موجودة على صفحتي http://paullevinson.info. كانت لوني طالبة دراسات عليا في مادتي "الكتابة المستهدفة" في جامعة فوردهام ، و تمجيدها لـ"الحائط" يبين مدى أهميته في ذلك الوقت في فيسبوك و كموضوع للمناقشة في فصلنا.

إذا أخذناهم معاً، تلخص تلك المنشورات الثلاثة على حائطي في الفيسبوك في عام 2005 بعض النقاط الحاسمة الموضحة في هذا الفصل. كانت استخدمات الفيسبوك أقل بكثير وقتها مما هي عليه حالياً، و كان أصدقاؤك هم من تعرفهم

بالفعل في العالم الواقعي (صديقتا ابنتي في الحياة الواقعية، واثنين من طلابي). تعيد منشورات الحائط هذة أيضاً فكرة طول عمر أي شيء يُنشَر على الانترنت – يصنع خط الفيسبوك الزمني من الشيء التافه عميق، على الأقل من حيث القدرة على البقاء لما أبعد من وقت إنشائه.

الجدير بالذكر أيضا، ولكن لم يذكر حتى الآن في هذا الفصل، هو أنه في الأيام الأولى نادراً ما كان الناس ينشرون على حائطهم الخاص في فيسبوك. في المقابل، بحلول عام 2012 ، ومنذ عدة سنوات سابقة، أصبحت معظم تعليقات الحائط يكتبها أصحاب الحائط أنفسهم، إما عن أحداث يهتمون بها، أو عن أنشطتهم.

تعجب لوني في 2005 على حائطي من "الحائط" هو أيضا مفارقة أن أراه على خطي الزمني لأن الحائط تم استبداله بالخط الزمني في عام 2011. وهذا يؤكد نقطة حاسمة أخرى. لا تتطور أحدث وسائل الإعلام الجديدة بسرعة البرق فحسب، إنما يمكن القول إن أهم جزء من هذا التطور أبعد من سيطرة المُستخدِم، أو المُستهلِك/المُنتِج. يمكننا كتابة كل ما يحلو لنا في الغالب على حائطنا وخطنا الزمني، ولكن فيسبوك له حق استبدال الحائط بالخط الزمني في أي وقت يختاره. قد يختار الفيسبوك القيام بذلك فجأة أو تدريجيا كما حدث في يناير 2012، كان اختيار الانتقال من الحائط إلى الخط الزمني لا يزال طوعيا (تحوَّل إلى إلزامي) ، ولكن مع ذلك يحتفظ الفيسبوك بكل أوراق اللعب.

لا يعني ذلك إن فيسبوك يعارض فرض رقابة على المحتوى أيضا. في نهاية عام 2008، شرع فيسبوك في حملة تطهير صفحاته من جميع الصور الإباحية. لا يعني هذا إنه كان يشجعها أو يسمح بها من قبل في البداية، ولكن لم يكن يوجد أي نظام مركزي يستطيع حراسة تحميل كل صورة على حدة . تضمن "الاستهجان" على المحتوى الإباحي صدور السيدات العارية. ولكن ، كما توضح ليزا كريجر Lisa M. Krieger في صحيفة سان خوسيه ميركوري نيوز (2008) ، أدت هذه السياسة إلى إزالة صور مؤكدة لبعض الأمهات المرضعات من صفحات أعضاء فيسبوك، والتي تم تقييمها بأنها "فاحشة أو إباحية أو جنسية صريحة" وأدى هذا بدوره إلى

احتجاجات ضد فيسبوك على الانترنت وفي العالم الواقعي، فضلا عن كثرة المجموعات والقضايا Causes على الفيسبوك ، مع و ضد صور الرضاعة الطبيعية. وقال مسئولو الفيسبوك لكريجر في دفاعهم، إن معظم صور الرضاعة الطبيعية لم ولن يتم إزالتها - فقط تلك التي تظهر الهالة (أي، البشرة الداكنة حول الحلمة). ولكن كانت مثالية وسيلة إبداع المستخدم قد تضررت .

كما سنرى في هذا الكتاب، تلعب أحدث وسائل الإعلام الجديدة المختلفة خارج هذا الصراع بين الاستبدادي القديم والديمقراطي الجديد بطريقتها المتميزة. على سبيل المثال ويكيبيديا أقل بكثير من الفيسبوك في "المدرسة القديمة" من حيث ما يمكن إزالته من صفحاتها. مع ذلك لايزال ممكناً لويكيبيديا إزالة عبارة، أو مقال، أو صورة، قد أكون أنا أو أنت كتبتها أو حملتها، إذا رأت مجموعة كافية من القراء/المحررين الآخرين إنها غير مناسبة. بعبارة أخرى استبدلت ويكيبيديا السيطرة الاستبدادية المدفوعة بالخبراء بسيطرة المجموعة الديموقراطية، لكنها لا تملك بأي حال من الأحوال القضاء على التعبير الفردي أو حتى السيطرة عليه قليلا. وبالطبع يزيد إلزام أو على الأقل تشجيع الجميع على الكتابة على ويكيبيديا من سيطرة المجموعة.

مع ذلك، كدليل على مثل هذه الرقابة على المحتوى هو كيف تستطيع أحدث وسائل الإعلام الجديدة الحد مما يستطيع إنتاجه المستهلكون المتحولون إلى منتجين، هذه الحدود ليست تقويض لسيطرة مستخدم أحدث وسائل الإعلام الجديدة في نهاية المطاف كما هي قدرة الفيسبوك أو أي وسيلة على تغيير هيكلها الأساسي فجأة. والمغزى من هذه القصة لطلاب أحدث وسائل الإعلام الجديدة هو إننا مهما اعتبرنا أحدث الوسائل الإعلامية الجديدة امتدادا لأنفسنا، وحياتنا، ورغباتنا (حسبما يرى ماكلوهان وسائل الإعلام جميعاً باعتبارها "امتدادات" للإنسان، 1964) ، فإن أحدث وسائل الإعلام الجديدة ليست في الصميم تماما. لا تعبر أحدث وسائل الإعلام الجديدة عن التعبير الفردي أكثر من وسائل الإعلام القديمة بكثير، لكنها تحافظ، مثل جميع وسائل الإعلام، على الجوانب الحاسمة من عملها التي لا يمكن اختزالها أبعد من سيطرتنا. رغم إننا قد نشعر كثيراً إن نظام أحدث وسائل

الإعلام الجديدة ملكنا بسبب استثنائية قوى الإنتاج والعرض الذاتي التي تستثمرها فينا أحدث وسيلة الإعلام الجديدة، لم تكن أحدث وسيلة الإعلام الجديدة ملكنا تماماً في الواقع أبدا. في حالة الفيسبوك، أحدث وسيلة جديدة هي أيضا ملك الفيسبوك. بهذا المغزى العميق الكامن غير القابل للتغيير، لا يوجد فرق بين وسائل الإعلام القديمة، والجديدة، وأحدث الجديدة. وبالتالي الاختلافات العميقة بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة، والأقدم منها التي حددناها و ندرسها في هذا الكتاب ليست القصة كاملة أحدث وسائل الإعلام الجديدة.

ينبغي أن نضع في اعتبارنا هذة الركيزة الصلبة غير المرنة لمستخدم جميع أحدث وسائل الإعلام الجديدة كلما تقدمنا في الرصد في رحلاتنا الاستثنائية إلى تويتر في فصلنا التالي.

الفصل الثالث

تويترTwitter

هل تريد أن يعرف كـل شـخص في العـالم مـا الفـيلم الـذي شـهدته للتـو، أو سـوف تـذهب لمشاهدته، مارأيك في مدرسك، أو مديرك، أو رئيسك، ما الذي تناولته للتو في الغداء أو تنوي تناولـه، ما إذا كان الجو مشمساً أم ممطراً، أو إن الشرطـة تلاحـق أشخاصـاً بجـوارك؟ أيـاً مـن تلـك الأشـياء، وجميعها، وأكثر منها، أياً ما تود إبلاغه للعالم- بمجرد حدوثـه أو بعـد ثـواني مـن تفكـيرك أو مـرورك بخبرة ما وخطرت لك فكرة نقلها إلى العالم- تويتر يسهل لك أن تفعل كل ذلك.

يمكنك نشر أي معلومات تريدها، إلى أي جزء تريده من العالم، طالما أن الناس في ذلك الجزء لديهم حسابات على تويتر. سيكونون أكثر من 300 مليون شـخص في العـالم بـأسره اعتبـارا مـن عـام 2011، مقارنةً بنحو 30 مليـون في مـايو 2009، بمعـدل نمـو تـويتر الأسرع مـن أي وسـيلة اجتماعيـة أخرى في ذلك الوقت (Schonfeld، 2009)، و أول تغريدة من الفضـاء الخـارجي في 12 مـايو 2009 (Van Grove، 2009). لم يزل تويتر أسرع الوسائل نمواً في عام 2011، والتالي لفيسبوك مبـاشرةً مـن حيث إجمالي عدد المستخدمين (Bennett، 2011).

علاوة على ذلك، حقيقـة إنـك تسـتطيع أن تفعـل ذلـك مـن هاتفـك الـذكي، أو الأي بـاد iPad، أو أي جهاز متنقل آخر متصـل بالإنترنـت في متنـاول يـدك يعنـي إن وصـولك إلى العـالم، ووصوله إليك كأنه إلى حد كبير جزء منك، وفي متناول يـدك، وكأنـه يـدك نفسـها. وهـذا ينطبـق على جميع أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ولكن بساطة الـنشر والقـراءة عـلى تـويتر يجعلـه في سهولة الكلام، وحتى أكثر اندفاعاً وسلاسة لأنه يمكن أن يجري في صمت، بلا أحد بجـوارك يمكـن أن يسمعك عرضاَ، وبالتالي يمنعك مما كنت قد تود قوله. تشعر بالقلق على خصوصيتك؟ تشـعر

بالقلق من إن سهولة الوصول سيمنح الأعين غير المرغوب فيها القدرة على الوصول إليك ولأفكارك؟ مثل جميع النظم على شبكة الإنترنت، يمكنك أن تكتب تغريداتك باسم مستعار أو هوية افتراضية. يمكنك حتى استخدام اسم شخصية تلفزيونية. أو يمكنك اختيار عدم كتابة التغريدات على الإطلاق.

من ناحية أخرى، إذا كنت ترحب بالدعاية وتحتاجها من أجل مهنتك، يمكن أن تكتب تغريدات بشغف باسمك الحقيقي. برامج دون ليمون Don Lemon في محطة CNN، قاعة تامرون Tamron Hall في MSNBC ، وقابل مُقدِم الصحافة دفيد جريجوري Meet the Press anchor David Gregory كانت تستخدم تويتر بنشاط منذ وقت مبكر من بداية عام 2009. الآن فقط كل مذيعو الأخبار التلفزيونية والمعلقون تقريباً لديهم حساب على تويتر. ويعملون في برامجهم الإخبارية التلفزيونية بالتغريدات التي يتلقونها، في مثال آخر للتعاون بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة والقديمة. حسابات المشاهير والسياسيين، وغيرهم من المستخدمين رفيعي المستوى لديهم علامات تحقق تأكيدية زرقاء بجانب أسماء حسابهم – توضح إن حساب باراك أوباما يمتلكه باراك أوباما حقا وليس شخصا آخرا. أوقف تويتر إجراء "بيتا" يمكن لأي مستخدم التسجيل فيه ليحصل على حساب مؤكَد في عام 2011 ، والذي أصبح الآن في (2012) ينصح المستخدمين بتأكيد صحة حساباتهم عن طريق ربطها بمدوناتهم أو مواقعهم الرسمية.

الممثل أشتون كوتشر Ashton Kutcher(لديه أكثر من 9 مليون متابع في يناير 2012) و باراك أوباما (لديه ما يقرب من 12 مليون متابع) لديهم حسابات على تويتر - على الرغم من إن تغريدات أوباما، التي يسمح بها، ليست في معظمها له، على عكس كوتشر. ينصح مديرو حساب الرئيس على تويتر بصدق "هذا الحساب يديره #موظفو حملة أوباما 2012، وتغريدات الرئيس موقعة بالحرفين BO". عقد أوباما أول مؤتمر صحفي رئاسي على تويتر في يوليو 2011 (Olander، 2011)، ولكن الأسئلة المقدمة إلى الرئيس كانت "منسقة" وليست مختارة عشوائيا، مما أضعف الإمكانات الديموقراطية لأحدث وسائل الإعلام الجديدة في هذا الحدث (راجع ليفنسون، 2011، "أول مؤتمر صحفي رئاسي على تويتر"؛ ومناقشة المناظرات

الرئاسية على يوتيوب في الفصل القادم). سوف يكون للبابا حسابه الخاص على تويتر، أعلنه الفاتيكان في فبراير 2012 ، موضحا أن "على الرغم من أنه قد لا يكتب تغريدات دائما، فإنه سوف يوافق على كل واحدة" (Chansanchai، 2012 ، وراجع أيضا " قناة البابا" في الفصل التالي لتحليل الفاتيكان لإيجابيات و سلبيات أحدث وسائل الإعلام الجديدة).

كانت كتابة التغريدات على تويتر تسمى فيما قبل "التدوين المصغرmicroblogging" – كان ذلك منذ فترة طويلة وبعيدة، فيما يبدو، منذ ثلاث سنوات فقط، في عام 2009 – والذي، إذا فكرنا في الأمر، يبدو منذ فترة طويلة وبعيدة في الواقع نظرا لتطور أحدث وسائل الإعلام الجديدة بسرعة الضوء. اليوم، أصبحت كتابة التغريدات معروفة في معظم الأحيان بإنها تغريد فقط بلا رجعة.

إذن فلنرحب بهذا العالم المتنامي من كتابة التغريدات، أو النشر والتوزيع على الانترنت لسطر أو اثنين عن نفسك، أو أي شيء قد ترغب في قوله، شخصيا، أو مهنيا، أو سياسيا، في أي وقت تشاء. تويتر لم يعد طفل جديد على كتلة وسائل الإعلام، بدأ كمشروع لأشخاص يعملون في بث النشرات الصوتية على الإنترنت podcasting هم شركة ODEO ويملكها جاك دورسي Jack Dorsey، نوح جلاس Noah Glass، بيز ستون Biz Stone، وإيفان ويليامز Evan Williamsفي مارس 2006. نما تويتر بسرعة جداً في غضون النصف الأول من عام 2009 – كان إجمالي عدد مستخدميه حوالي 6 مليون مستخدم فقط في فبراير 2009، مقارنةً بنحو 30 مليون مستخدم بحلول مايو من تلك السنة- نصح مقال في 8 فبراير 2009، من مجلة نيويورك (ليتش، 2009)، "إذا كنت آخر شخص في العالم لا تعرف ما هو تويتر، هنا شرح مبسط". بحلول 15 يونيو 2009 ، لم يحتاج تويتر إلى تقديم. وكان ذلك قصة الغلاف لمجلة التايم، ولم يكن مفاجئاً لأحد (جونسون، 2009).

ولكن كما استمر المقالان على حد سواء في الشرح، وكما سنشرح بالتفصيل في هذا الفصل، يوجد الكثير من التعقيد والعمق حول التغريد- وحتى أكثر من ذلك في عام 2012 مقارنة بعام 2009 .

مثال للفورية

النشر الفوري -سواء لنصوص أو صور أو مقاطع صوت أو فيديو- هو أحد السمات المميزة لأحدث وسائل الإعلام الجديدة. ولكنها ليست موزعة بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة بالتساوي. يمكنك أن ترفع هاتف وتلتقط صورة أو تسجل فيديو والذي غالباً ما يكون أسهل من أي نوع من الكتابة. ولكن تحرير الفيديو ليس سهلاً مثل تحرير النص عادةً، وتحميله على موقع على الانترنت ونشره يستغرق وقتا أطول بكثير من الكتابة، لاسيما مع وقت التجهيز اللازم لمقاطع الفيديو المطولة. فضلا عن ذلك بسبب إن الكتابة مباشرةً على الانترنت لمدونة أو صفحة أو موقع هو في سهولة الكتابة خارج الإنترنت أو أسهل، على عكس الصور وحتى مقاطع الفيديو المختصرة، والتي تحتاج إلى أن تلتقط خارج شبكة الإنترنت ثم تحمل عليها، كما إن الحصول على كلمات مكتوبة على الانترنت أسهل قليلا من فعل الشيء نفسه بالنسبة للصور، ومقاطع الفيديو.

المحصلة عندما تؤخذ جميع جوانب الإبداع والنشر على شبكة الإنترنت في الاعتبار، هو إن النص أسهل في النشر من الصور ومقاطع الفيديو. و سطر أو نحو ذلك من نص - 140 حرفا هو الحد على تويتر- ينتقل أسرع من أي شيء. إذا كنت مؤلفا يهتم بكل كلمة فإن هذا النموذج القصير جدا قد يستغرق وقتا طويلا في الكتابة. سُئلت ذات مرة لكتابة 200 حرف تعريف - ليس 200 كلمة إنما 200 حرفا - عن إحدى رواياتي لنادي كتاب الخيال العلمي، واستغرق ذلك مني حوالي 15 دقيقة لكتابتها. لأنني أردت أن يكون لكل كلمة، وبالتالي كل حرف، معنى لجذب القراء المحتملين لروايتي. الآن سواء إذا كنت أكتب عن كم استمتعت بشريحة البيتزا التي اشتريتها للتو من طريق فوردهام، أو حتى عما اعتقده، في عبارة، حول انتهاك حقوق التعديل الأول، أو عن أحدث خطبة للرئيس، يمكنني انجاز هذا السطر في بضع ثوان دون أي مشكلة.

كل الأفكار تنشأ في العقل أو- إذا كنت تريد أن تكون أقل ميتافيزيقية - في المخ. يرسل نوع واحد من التشابك أو المسار العصبي التفكير لجهازنا الصوتي عندما نتكلم. نوع آخر من التشابك ينقل التفكير إلى أصابعنا، التي نكتب بها على

الورق أو لوحة المفاتيح. من المفترض أن يكون هذين النوعين من التشابك أو المسارات إلى الاتصال الشخصي بنفس الطول - يسافر التفكير بنفس السرعة إلى اللسان أو الأصابع. فيما قبل ظهور وسائل الإعلام الإلكترونية، كانت فورية التفكير المنقولة إلى اللسان فقط التي تصل طالما يوجد شخص خلال مدى السمع. كانت فورية التفكير المنقولة إلى الأصابع أكثر محدودية: تنتهي إلى الأصابع، لأن حتى يمكن لأي شخص آخر قراءة ما كُتب، في الرق أوالبردي أو الورقة، كان لابد من تمريره من يد إلى يد. على الرغم من أن هذا النقل "الرقمي" اللا إلكتروني – رقمي كما في حالة من أصابع إلى أصابع – يمكن أن يحدث بسرعة، إلا إنه كان أبطأ من سرعة الصوت. وبالتالي، كان الكلام يتفوق على الكتابة في الفورية. (راجع ليفنسون، ماكلوهان الرقمي، 1999، الكتابة اليدوية كشكل من أشكال الاتصال "الرقمي"، أو "بالأصابع").

تنتقل الكهرباء بسرعة الضوء، مما يعني أن أي رسالة مشفرة وملتزمة بالتسليم الإلكتروني - سواء كانت صوتية أو مكتوبة - يمكن أن ترسل إلى أي مكان في العالم على الفور. تنتقل الكهرباء بسرعة 186 ألف ميل في الثانية، وتبلغ مساحة العالم نحو 24 ألف ميل حول خط الاستواء. ومع ذلك، فإن هذا لا يعني إن مثل هذه الرسائل سوف يتلقاها – يسمعها أو يقرأها- أي إنسان على الفور. تضيف المعدات الموجودة في الطرف المتلقي، سواء كان تشغيل التلفزيون أو المشي نحو رنين الهاتف يضيف ثواني على الأقل لاستقبال المعلومات النهائي المنقولة بسرعة الضوء.

أكثر من أي وسيلة قديمة أو جديدة أو حتى أحدث وسيلة جديدة، ثورة تويتر هي إنه جعل من إرسال واستقبال رسائله القصيرة أقرب ما يكون للحظية كما مفهومهم والكتابة. تويتر أسرع من التدوين، لأن تغريداته أقصر من التدوينات، كما إن تويتر أسرع من فورسكوير، الذي يستغرق ثواني حاسمة أو أكثر كي يتحقق من موقعك لتسجيل الدخول. سطر تويتر يمكن كتابته، وإرسالها، واستقباله بنقر طرف الأصبع. لهذا أصبحت كتابة التغريدات أسهل وسيلة اتصال عبر المسافات الشاسعة والأقل مجهوداً مثل الكلام دائماً بين الأشخاص القريبين.

علاوة على ذلك، الرسائل المنقولة عبر تويتر يمكن لأي شخص يود "متابعة"

تغريداتك على النظام قرائتها – هذا الوضع الافتراضي- أو يمكـن إرسـالها إلى مجموعـات محـددة أو شخص واحد فقط. وهذا يعني إن تويتر ليس فقط أكـثر الوسـائل المكتوبـة فوريـة في التـاريخ، إنمـا أيضا أفضل مجموعة متكاملة من الاتصالات الشخصية والجماهيرية.

الاتصال الشخصي + الجماهيري = تويتر

العنوان السابق هو 45 حرفا تقريبـاً، لـذلك يمكـن بسـهولة إرسـاله عـبر تـويتر. وكـان سـيتم إرساله بطرق تجمع بين هذين الفرعين الكبيرين من الاتصالات.

أحد الدروس الأساسية في الاتصـال إنـه يـأتي في نـوعين. يتكـون الاتصـال بـين الأشـخاص مـن شخص يرسل رسالة إلى شخص آخر يمكنه أن يتحول بسـهولة مـن كونـه متلقـي إلى مرسـل. الأمثلـة ستكون الاتصال الشخصي وجهاً لوجه وعبر الفيديو، والمراسلات المكتوبة، برامج الدردشة على أجهزة الكمبيوتر، والكلام والرسائل النصية عبر الهاتف. يتكـون الاتصـال الجماهـيري مـن شـخص واحـد أو مصدر يرسل رسالة لكثير من الناس في نفس الوقت، ليس لدى هؤلاء المسـتقبلين العديـدين القـدرة على أن يصـبحوا مرسـلين. سـتكون الأمثلـة الجـداريات، والكتـب، والصـحف، و الأفـلام السـينمائية، والإذاعة والتلفزيون، وصفحات الويب و المدونات التي لا تسمح بكتابة تعليق. ولهذا فـإن الاتصـال الشخصي محدد وفي اتجاهين، في حين إن الاتصال الجماهيري واسع (ومن هنا تأتي كلمة "البـث"مـن إلقاء البذور الممتد أو الواسع في الزراعة) وفي اتجاه واحد.

أحيانا يقول الناس خطئاً إن الاتصال الشخصي غير تكنولوجي على عكس الاتصال الجماهيري الذي يجب أن يكـون ذو تقنيـة عاليـة أو عـلى الأقـل يسـتخدم تكنولوجيـا صـناعية مثـل الصـحافة المطبوعة. ولكن التحدث في الهاتف هو مثال للاتصال بين الأشـخاص وهـو تكنولـوجي، بيـنما وضـع ملصق على الجدار أو الكتابة على السبورة هو نوع من الاتصال الجماهيري غير التكنولوجي تقريبـا، أو منخفض التكنولوجيا.

فيما يتعلق بالسبورات، والفصول الدراسية هي واحدة مـن إعـدادات الاتصـال القليلـة التـي يمكـن تحويلهـا بسـهولة بـين الاتصـال الشـخصي والجماهـيري. عنـدما

أحاضر في الفصل، الطلاب مستقبلوا الاتصال الجماهيري، أو رسالتي لكثير من النـاس. ولكـن بمجـرد أن يسأل الطالب سؤالا وأجيب، فإننـا نتواصـل شخصـياً- بيـنما مـا زال الاتصـال جماهيريـا بالنسـبة لباقي الفصل من المستمعين. عندما أنتهي من الإجابة على سؤال الطالـب الأول وأدعـو طالبـا آخـر، ينتقل الطالب الأول مرة أخرى إلى جمهور الاتصال الجماهيري، بينما أنخـرط مـع الطالـب الثـاني في اتصال شخصي.

تويتر طبقت مثال الفصول الدراسية على المستوى العالمي. على الرغم إنه ليس بدون سـابقة في وسائل الإعلام الرقميـة- تتـأرجح غـرف الدردشـة والرسـائل الفوريـة الخاصـة أيضـاً بـين الاتصـال الجماهيري والشخصي- تويتر عبارة عن غرفة دردشة، وفصـل دراسي، أو تجمـع بيـنهما 24 سـاعة في اليوم، 7 أيام في الأسبوع. ورغم إن الرسائل على تويتر يمكـن أن تكـون تعليميـة بالتأكيـد، فـإن بنيـة اتصال الفصول الدراسية، وليس مضمونه، هو مـا انقـذف إلى المحادثـة عـلى تـويتر في جميـع أنحـاء العالم.

يوسع تويتر من بنية اتصال الفصول الدراسية بطريقة ثانية، جـاعلا الاتصـال مـن المجموعـة إلى الفرد بسـهولة الاتصـال مـن الفـرد إلى المجموعـة (المعلـم إلى الفصـل). ترسـل المجموعـات مـن مختلف الأحجام والأهـداف تغريـدات – عمالقـة وسـائل الإعـلام القديمـة مثـل فـوكس نيـوز Fox Newsوالسي إن إن CNN، والتـي تقـدم تحـديثات إخباريـة فوريـة ؛ الحمـلات السياسـية للـرئيس وجميع أنواع المجالس المنتخبـة؛ والمجموعـات المكرسـة لقضـية معينـة أو هـدف اجتماعـي ، مثـل أمهات تويتر TwitterMoms التي ساعدت في حشد المعارضة ضد حظر الفيسبوك لصـور الرضـاعة الطبيعية، التي ناقشناها في الفصل السابق. رسائل من 140 حرفا على مثـل هـذه الموضـوعات، مـع وصلات للمحتوى الأكبر المنشور في المدونات، ومقاطع الفيديو، ولمواقع وسائل الإعلام التقليدية على شبكة الإنترنت، والوصـول إلى مسـتخدمي تـويتر عـلى نفـس الهواتـف الذكيـة، وأجهـزة الكومبيـوتر اللوحي، وأجهزة الكمبيوتر المحمولة التـي يقـرأون مـن خلالهـا تغريـدات مثـل "وصـلت إلى عيـادة طبيب الأسنان للتو. أوف!"

كما تسمح التغريدات ببث المعلومات المهنية والشخصية بـدون مجهـود، مثـل هذا الـنص مـن كـارل روف Karl Rove في 14 فبرايـر 2009: "رجعـت إلى واشـنطن.

العمل على الكتاب في عطلة نهاية الأسبوع. شاهدوا فوكس نيوز غدا صباحاً سأكون في برنامج كريس والاس 100 يوم خاصة". في الواقع، تظهر وصلات إلى كل تدويناتي ومقاطعي الصوتية على حسابي على تويتر ويراها 4700 "متابع" لي (اعتبارا من يناير 2012)، حيث أكتب تغريدات عن ظهوري في الراديو والتليفزيون ومقابلاتي في صحف وسائل الإعلام القديمة، وارتجل التعليقات حول مباريات البيسبول والعواصف الثلجية.

إرسال تويتر التلقائي لوصلات لكل وأي شيء على شبكة الإنترنت (عبر التطبيقات apps)، أو أي وكل شيء لديه عنوان على الويب URL- سواء منشور على مدونة، أو مقطع فيديو، أو أخبار، إلى آخر السلسلة الكاملة من أحدث وسائل الإعلام الجديدة- ويشكل الاعتماد الفوري التالي التلقائي على هذة التغريدات (إذا كان تويتر يُمَكِّنْها) لفيسبوك، ولينكيد إن LinkedIn، وسكودوSquidoo، وريفربنيشن Reverbnation، وأنظمة أحدث وسائل الإعلام الجديدة "التجميعية aggregate" أو"الميتاmeta" مثل فريند فيد FriendFeed ("ميتا" لأن محتواها يتكون من روابط من تويتر، وفيسبوك، ويوتيوب، وغيرها من نشاط أحدث وسائل الإعلام الجديدة) شبكة مستديمة، وواسعة، وغير مخطط لها لديها الكثير من القواسم المشتركة مع الكائنات الحية والنظم التطورية (راجع ليفنسون، 1979 و1997، لمعرفة المزيد عن التطور العضوي لوسائل الإعلام).

تويتر كقميص أو حُلية ذكية

ولكن عندما يعمل تويتر بمثابة بيان عن الشعور -"أشعر بالملل في هذا الفصل" أو "أشعر إني على ما يرام حقا الليلة، لا أعرف لماذا"-يعمل تويتر كنوع من الملابس أو الحُلي الافتراضية. يصبح شيء "نرتديه" أو نرسله إلى العالم، مثل قبعة داكنة أو قلادة براقة، لنشير إلى مزاجنا العاطفي.

عندما تصبح الرسائل على تويتر أكثر تحديدا، مثل "صوَّت حالا لصالح أوباما" أو "صوَّت حالا لرومني"، تتحرك مجازاً من كونها حُلي إلى حملة دبابيس أو تي شيرت مطبوع على صدره رسالة. بالعودة إلى عام 1970، عندما كانت ثورة الكومبيوتر الشخصي أبعد من عِقد، كتب جاري جومبيرت Gary Gumpert حول

"صـعود الإعـلام المصـغرmini-comm" كـان يتحـدث عـن كيـف يمكـن للنـاس "بـث" رسـائلهم الشخصية، أو رسائل مصـممة لآرائهـم ومشـاعرهم مـن خـلال كلـمات مطبوعـة عـلى تي شـيرتاتهم، وغيرها من الملابس. كما في تحسينات أحدث وسائل الإعلام الجديدة كلها في المجـال المكتـوب، فـإن الرسائل الشخصية والسياسية في العصر الرقمي عبر التحديثات على تـويتر تجعـل "الإعـلام المصـغر" سلسلة واحدة كبيرة من الخطوات تتحسن من خلال السماح لأيـة كلـمات أن تكـون "مطبوعـة" أو منشـورة عالميـاً فـوراً، إعـادة نشر التغريـدات retweeted مـن قِبَـل المسـتقبلين إلى أتبـاعهم، ثـم مراجعتها أو تغييرها لاحقا خلال جزء من الثانية، مع "تغريد" جديد، إذا شاء الكاتب ذلك.

يمكن بالطبع أن تكون الرسائل على التي شيرتات تجارية- ترويج لمنتج معـين- كـما يمكـن أن تكون سياسية أو شخصية كمنتج. رسائل تويتر لديها تنوع مشابه، ويمكن أن تمتد لما أبعـد مـن ذِكـر الحالات العاطفية، والمرشحين السياسيين، والمظاهرات العامة. ولأن كل هـذة الرسـائل مُسـتلَمَة مـن خلال وسـيلة إعـلام متصـلة بالويـب بالفعـل، فـإن رسـائل تـويتر مناسـبة تماما لخلـق ضـجة حـول الموضوعات والأنشطة الحية على شبكة الإنترنت، مع عناوين مواقع أو روابط في متناول اليد.

عناوين المواقع هي عنصر متكرر في رسائل تويتر المرسلة من خلال وسائل الإعـلام الإخباريـة الرئيسـية مثـل فـوكس نيـوز Fox News وصـحيفة نيويـورك تـايمز The New York Times مـع وصلات إلى الأخبار العاجلة على صفحاتها. في تلك الوظيفة، أصبح تويتر نوعاً من وكالات الأنباء مثل الأسوشيتدبرس AP أو رويترز Reuters. يستقبل "المتابعون" هـذة الرسـائل ولكـن لا يـردون عليهـا عادةً. في تلك الاتصالات، يعمل تويتر كوسيلة اتصال جماهيري وليس شخصياً مع الآخـرين، رغـم إن مستقبلي هذة الرسائل يمكنهم التواصل فيما بينها عبر تويتر بالتأكيد.

يسمح تويتر بالمتابعة في اتجاه واحد والذي فيه يحصل أ على كـل تغريـدات ب ، ولكن ب لا تحصل على أي تغريدات من أ ، كما يسمح بالمتابعة المتبادلة التي يرى فيها كل من أ ، ب تغريدات بعضهما البعض. متابعة الاتجاه الواحد تعـادل في فيسـبوك الاشـتراك في تحـديثات شـخص ، والمتابعـة المتبادلـة تعـادل الصـداقة في

فيسبوك. يمكـن للمتـابعين المتبـادلين إرسـال رسـائل خاصـة (أو"رسـائل مبـاشرة" DMS) لبعضـهما البعض، غير مرئية لأي شخص آخر غيرهما على تويتر، بالإضافة إلى تغريدات عامـة موجهـة لشـخص آخر يمكن أن يراها الجميع على تويتر. (اعتقد نائب الكونجرس أنتوني وينر Anthony Weiner إنه يرسل رسائل خاصة بينما كان يرسل رسائل عامة أو رسائل "إعـلام جماهـيري" ذات محتـوى مـوحي جنسيا لأحد متابعيه. راجع الجزء القادم "أعضاء كونجرس آخرون غردوا أكثر من اللازم"، لمعرفـة مـا تلى ذلك)

عندما يعمل تويتر كشكل من أشكال الاتصال الشخصي من شخص إلى آخر، فإنه يعمل ليس كنوع من الحُلي فقط؛ بل كتلغراف جديد. أو كما قُلتُ إلى كين هدسون Ken Hudson في مقابلتنـا في نـوفمبر 2007 في سـكندلايف "كـان التلغـراف يشـبه التـدوين المصـغر كثـيراً"."وفي الواقـع كـان التلغراف مثل التغريد على تويتر أيضاً - ليس في سرعة التسليم، إنما في إيجازه في برقياته، والتي كـان المرسلون يحاسبون فيها على الكلمة.

لا يمكن للمدونين إرسال روابط لمنشورات مدوناتهم فحسب عن طريـق تـويتر، ولكـن أيضـا يمكنهم أتمتة هذا النشرعبر خدمات مجانية مثل تويتر فيد TwitterFeed. في النصف الثاني من عـام 2011 ، وصل ما يقرب من 15% من إجمالي قراء مدونتي المسماه تراجع لانهـائي Infinite Regress عبر وصلات إلى صفحاتي مرسلة تلقائيا على تويتر (ثلاثة أضعاف نسـبتهم 5% في النصـف الثـاني مـن عام 2008). بالعودة إلى مثال الحُلي و التي شيرت، فإن رسائل تويتر تتراوح من متجـر شراء (الأخبـار من CNN) إلى التصنيع اليدوي (وصلة لمدونة ينشرهـا فـرد). كـما في حالـة أحـدث وسـائل الإعـلام الجديدة كلها فإن وسائل الإعلام الأقدم لا تُطمس إنما تندرج و تتعزز على تويتر.

جوجل+ Google+ وتويتر twitter وفيسبوك Facebook وبونس Pownce

حتى الآن، مضى أقل من عقد من الزمان في عصر أحدث وسائل الإعلام الجديدة – إذا كنا نعتبر هـذا الـعصر لم يبـدأ تمامـاً حتـى ظهـور تـويتر في عـام 2006 – لم تكـن وسائل الإعلام القديمة غير المتصلـة بالإنترنـت هـي الضـحايا الرئيسـية لأحـدث وسـائل

الإعلام الجديدة إنما أحدث وسائل الاعلام الجديـدة نفسـها. صحيح إنـه أُغلقـت صحف (وسـوف نناقش تراجع الصحف في الفصل السـادس، "التـدوين")، ولكـن لا تـزال معظـم الصـحف المطبوعـة مستمرة بشكل متناقص. على النقيض، يختفي بعض من أحدث وسائل الإعلام الجديدة مـن الويـب بشكل منتظم، ومحزن أو مبهج، حسب وجهـة نظـرك. منـذ نشر الطبعـة الأولى مـن هـذا الكتـاب، اختفى عدد من أحدث وسـائل الإعـلام الجديـدة منهـا أوديـوODEO لاستضـافة الملفـات الصـوتية podcasting ، وكـذلك خدمــة أردفـارك Aardvark المتخصـص في نقـل الخـبرة الفوريـة، وموقـع أدجيكس Adjix والذي كان يختصر الروابط لتويتر، وجوجل باز Buzz Google، والذي استمر نحو عام (2010 - 2011).

كان بوونس Pownce ، الذي طوره فريق تصميم ديج Digg ،منافسا لتويتر فقط، ومنـافس أصغر من ذلك بكثير في الفترة من 2007 وحتى ديسمبر 2008، عندما أُغلق. كانت ميزتـه الرئيسـية مقارنةً بتويتر إنه يمكن إرسـال ملفـات - الصـور والموسـيقى و الفيـديو - إلى جانـب الرسـائل، عـلى عكس تويتر الذي يرسل الروابط فقط . ولهذا كان مُستقبِل بوونس يوفر خطوة النقر عـلى الـرابط ، ويستمتع على الفور بالمشاهد والأصوات .

كانت هذة ميزة غير كافية لإنقاذ بـوونس، لكنهـا أصـبحت إحـدى السـمات الرئيسـية التـي ميزت جوجل+ في البداية عن تويتر. مع فشل جوجل باز Google Buzz- الذي كان أكثر قليلا مـن مجـرد شـكل آخـر لتـويتر – المكتـوب بالفعـل عـلى الحـائط بحلـول يونيـو 2011، أطلقـت جوجـل جوجل+. وكان لديه أكثر من 60 مليون مستخدم بنهاية عام 2011، بإضافة أكثر مـن نصـف مليـون مستخدم جديد يوميا، و يتوقع أن يصل إلى 400 مليون مستخدم بنهاية عام 2012 – متخطياً عـدد مستخدمي تويتر البالغ 300 مليون مستخدم في أوائل عام 2012 ، بافتراض إن ذلـك العـدد لا ينمـو بنسبة 33 ٪ على الأقل (Guynn,2011) ،(ولكن راجع أيضـا Ferraro، 2012، "دفاعـات جوجـل+" عن بعض نقاط الضعف في نمو جوجل+).

نجاح جوجل+ هو بلا شك نتيجة ليس لأنه شبيها لتويتر فقط، بـل لأنـه مـزيج من تويتر وفيسبوك. جوجـل لديـه "الـدوائر" المعادلـة لمجموعـات الفيسـبوك، ولكـن

مع وسائل أسهل للغاية من معلومات الاستهداف. يمكن إرسال الرابط المنشور على جوجل+ إلى الجمهور العام كله من مستخدمي جوجل+، أو إلى دوائر محددة على سبيل المثال في حالتي أخصص دوائر لكل من طلاب "نظرية الإعلام "، و"الخيال العلمي"، و"الموسيقى"، و"الطلاب السابقين". هذه الروابط تعطي أكثر من النص الأصلي أو المقال أو منشور المدونة مما هو متاح على تويتر، و ليس هناك قيد أن تكون الرسالة المرفقة أو التسمية التوضيحية 140 حرفا. يمكن تضمين كلا من مقطع الفيديو و الصور في كل من تغريدات تويتر، و شريط الحالة في فيسبوك، ويمكن عرضها بسهولة على تويتر وفيسبوك دون الحاجة إلى مغادرة المواقع، ولكن جوجل+ لديه واجهة أكثر سلاسة من يوتيوب الذي يملكه جوجل أيضاً. مثل فيسبوك، جوجل لديه صفحات شخصية Profile Pages لمستخدميه، وكذلك صفحات للكتب والشركات (راجع بودنارBodnar، 2011، لتحليل شامل ومفصل ومقارن بين ميزات تويتر، وفيسبوك، وجوجل+).

كما في جميع جوانب عالم أحدث وسائل الإعلام الجديدة، هناك تقارب متزايد بين الأنظمة. تم إنشاء جوجل+ بإلمام شامل لكلا من تويتر وفيسبوك (وفشل جوجل باز Google Buzz). لا يمكن أن يساعد التغيير المستمر في هندسة فيسبوك المعمارية ولكن يضيف للاعتبار ميزات جديدة ناجحة في جوجل+ كما حدثت تويتر نظامها كذلك، جاعلة من السهل رؤية مَنْ وضع تغريداتك في "المفضلة" (يشبه إلى حد كبير خاصية في+ الموجودة في جوجل+ و"أعجبني" في فيسبوك)، ومن أعاد التغريد بتغريداتك retweeted (المعادلة لخاصية "المشاركة "Share في جوجل+ وفيسبوك)، ومن استجاب أو أجاب على تغريداتك (تعادل "التعليقات" على جوجل+ وفيسبوك). هذه الثلاث خصائص "الأحدث" في أحدث وسائل الإعلام الجديدة أصبحت أكثر تماثلاً حتما.

هل سيندمجون تماماً في نظام واحد في نهاية المطاف –أياً كان اسمه- يجمع الخصائص الأكثر نجاحا من الثلاثة؟ ربما يحدث هذا في نهاية المطاف. لكن في الوقت الحالي من الواضح إن جوجل+ لديه أكثر إمكانات النمو فورية – نظرا إلى حجمه البالغ 60 مليون مستخدم-لكن يظل تويتر مُدَعي مفكك، نظرا لموقعه

التالي لفيسبوك، وحقيقة إنه ليس مملوكا لعملاق رقمي مثل جوجل.

مخاطر تويتر: عضو الكونجرس الذي غرَّد كثيراً للغاية

ينبغي أن تكون مخاطرة إخبار العالم بما تفعله للتو عبر تغريدة على تويتر واضحة، خاصةً إذا كان ما تفعله استفزازي وفي مكان سهل الوصول إليه وغير مُحصن. قد تعتقد إن هذا ينطبق على صندوق الدردشة -أو على الأفضل- صندوق تويتر، وهذا يحدث. ولكن بالنظر إلى سلسلة التغريدات التي بعث بها النائب بيتر هويكسترا Peter Hoekstra (جمهوري عن ولاية ميتشيجان) ، في 6 فبراير 2009: "وصلت إلى بغداد للتو..." ثم لاحقاً "انتقلت الى المنطقة الخضراء بواسطة مروحية تحمل العلم العراقي الآن فوق القصر. توجهت إلى السفارة الأمريكية الجديدة التي تظهر أكثر هدوءا وأقل فوضوية مما قبل" (دونلي Donnelly، 2009). هويكسترا، وهو عضو في لجنة الاستخبارات في مجلس النواب سقط فريسة لوهم خطير إنه في رفقة التواصل عبر الإنترنت منذ الثمانينات – الخطورة في حالة هويكسترا سببها هو دعنا نفترض إن إرهابي في أي مكان في العالم قد قرأ تغريدته ، و أحالها إلى أشخاص على الأرض في وضع يمكنهم من مهاجمة حزب هوكسترا. الوهم يأتي من الخَطأ في الشاشة التي أمامك – سواء كانت جهاز كمبيوتر مكتبي في الثمانينات أو بلاك بيري في يدك اليوم، كجهاز شخصي يمكنك تسجيل أفكارك عليه، سواء كانت خاصة، أو غاضبة ، أو أيا ما كانت، لترسلها إلى الشخص أو الأشخاص الذين في مخيلتك فقط. على كل حال الجهاز الذي كان في الثمانينات يسمى "الكمبيوتر الشخصي". يمكن أن تكون التغريدات مضللة أكثر لأنك قد تعتقد أنه لا يمكن أن يشاهدها إلا متابعونك. تغريداتك يراها متابعونك بالطبع، ولكن يمكن أن يراها أي شخص آخر على تويتر أيضاً، إلا إذا اخترت "حماية" صفحتك الشخصية وجعلت تغريداتك متاحة لمتابعينك المُعتمَدين فقط، وليس لعالم تويتر على اتساعه – الذي كما رأيناه الآن (في أوائل 2012) البالغ 300 مليون مستخدم ويتزايد. كمؤشر على كيف إن كل النشاط العام والعالمي في جوهره، تقريباً كل نشاط تويتر - أقل من 1 في المئة من مستخدمي تويتر لديهم حسابات "محمية" أو محميين (شابيرو Shapiro، 2011) .

في حماس هويكسترا لهذه الوسيلة الجديدة، وبالتالي أهمل التحقق من جميع خصائصها وآليات التحكم فيها. كان هذا خطئاً مفهوما، وإن كان من الممكن أن يكون قاتلا. البالغون يصبحون أطفالا - أفضل معنى للكلمة غالباً- عندما نصادف ونتبنى طريقة جديدة في الاتصال، لاسيما واحدة مثل تويتر، والتي يمكن بضغطات قليلة أن تفتح آفاقا جديدة لحياتهم الشخصية والمهنية. قد يكون من الجدير بالذكر أيضا إن متوسط عمر مستخدمي تويتر، وفقا لعينة دراسة مسحية غير علمية أجراها تويتر في فبراير 2009، كان 37 عاما (ويست Weist، 2009 ، وراجع أيضا عينة الدراسة المسحية العلمية لهايل Heil وبيسكورسكي Piskorski، 2009، و نتائجهم على 90 في المئة من إجمالي تغريدات 10 في المئة من أكثر المستخدمين نشاطا، "من المرجح أن يتابع الرجل العادي رجلا آخر أكثر من ضعف متابعته لامرأة أخرى"، وأحدث وسائل الإعلام الجديدة عامةً ،بما فيها تويتر كإحدى وسائلها المتطورة على وجه الخصوص، لم تعد للأطفال فقط بعد الآن، ولم تكن كذلك لخمس سنوات مضت على الأقل .

أعضاء الكونجرس الآخرين الذين كتبوا تغريدات كثيرة للغاية

في الواقع، يعتبر التغريد أكثر من اللازم خطرا على كلا الحزبين الجمهوري والديمقراطي. أنتوني وينر Anthony Weiner،NY- D، عضوان في مجلس النواب حتى يونيو 2011، كتبا تغريدات كثيرة للغاية بطريقة مختلفة جدا – إرسال صورة موحية جنسيا إلى أحد متابعي تويتر (امرأة تبلغ من العمر 21 عاما ليست زوجته).استخدم وينر موقع yfrog ، وهو مثل Twitpic يخزن الصور لتيسير التبادل من خلال تويتر. وكان مقصودا أن تكون التغريدة خاصة ("رسالة مباشرة")، ولكن وينر أرسلها خطئاً عبر رسالة عامة إلى متابعيه. إلا إنه سرعان ما أزال التغريدة بعد نشرها، ولكن الضرر كان قد حدث- التغريدة رآها المغردون المحافظون، الذين نقروا على الرابط، ورأوا الصورة على yfrog، وأحالوا ما وجدوه على الفور إلى مدونة أندرو بريبارت Andrew Breitbart الشعبية (Breitbart.com – رتبتها في اليكسا # 3574). ادعى وينر في البداية إن حسابه تم اختراقه، ولكن عندما ظهر إلى النور صور إضافية ، وبعضها جنسية صريحة، اعتذر وينر على الكذب فضلا عن إرسال

الصور، واستقال (محضر وينر 2011).

لماذا قد يفعل عضو كونجرس، شخص ما في وظيفة عامة وطنية وبالتالي في عين العامة، مثـل هذا الشيء الخاص في مثل هذا المكان العام؟ الجـواب، كـما في حالـة النائـب هويكسـترا Hoekstra كانت في وقت كتابة التغريدة، لم يشعر كاتبها، أو يدرك إن مـا كـان يفعلـه مـن المحتمـل أن يكـون عاماً – أو كما في حالة وينر Weiner، عاماً تماماً. كما في حالة صـفحات الفيسـبوك وجميـع أشـكال التواصل مع الشاشة التي أمامك ، سواء كومبيوتر مكتبي، كومبيوتر محمول، أو أي جهـاز في يـديك، لا يستطيع أي أحد قريب منك مكانيا أن يراها، يولد تويتر خدعة إن من تتواصل معهـم هـو بينـك وبين المتلقي المقصود أو المتلقيين . ولكن على عكس لاس فيجاس لا شيء يحدث عبر أحـدث وسـائل الإعلام الجديدة يظل في نظام أحدث وسائل الإعلام الجديدة التي حدث خلالها- أو إذا حـدث، فـإن هذا مجرد صدفة، لأن الحقيقة الأعمق هي إن أياً ما يحدث على الإنترنت هو في جوهره متصل عبر الإنترنت بجميع وسائل الإعلام الأخرى، وبالتالي بكل الناس في العالم. وضع شيء على شـبكة الانترنـت في أي شكل يمنحها إمكانية أن تكون في تسلط عليها الأضواء الساطعة كما لو كانت في ساحة التايمز، ومسلط عليها كاميرات جميع وكالات الأنباء في العالم.

يـوري رايـت Yuri Wright، لاعـب كـرة قـدم واعـد في المدرسـة الثانويـة وتوقعـات كبـيرة بالالتحاق بالكلية، تعلم هذا الـدرس في ينـاير 2012، عنـدما جـذبت تغريداتـه الجنسـية الصريحـة والعنصريـة انتبـاه الجمهـور. كـما نشرهـا أنـدي سـتابلز Andy Staples باقتـدار في مجلـة Sports Illustrated (ستابلز Staples، 2012)، "في معظم غرف تغـير ملابـس كـرة القـدم تسـتعار كلـمات يوري رايت المستخدمة على تـويتر في المحادثـات العـابرة بـين الـزملاء - مـادام لا يوجـد مـدرب في الجوار" ولكن على تويتر، ليس فقط المدربين إنما أيضا الجميع وأولياء أمـورهم مـن حـولهم"، وطُـرد رايت من نادي دون بوسكو الإعدادية بسبب تغريداته.

تغريدات إيما طومسون Emma Thompson طالبة الثـانوي التـي سُـمعت "في جميع أنحاء العالم - أو على الأقل، في أغلب أنحاء الولايـات المتحـدة- كـان لهـا نهاية سعيدة في نـوفمبر 2011. كتبـت طومسـون في تغريـداتها إن سـام براونبـاك

حاكم ولايـة كانسـاس "رضـع" مـع الوسـم "# heblowsalot". شـعر موظفـو براونبـاك بالامتعـاض واتصلوا بمديري المدرسة الثانوية التي تدرس فيها طومسون، والذين وجهوهـا لكتابـة رسـالة اعتـذار إلى براونباك. لكنها رفضت. لحسن الحظ ، كان براونباك متفهما بوضوح، على عكس مديري المدرسة الثانوية، للتعديل الأول للدستور، و اعتذر إلى طومسون عن اندفاع موظفيه المبالغ فيـه (ماديسـون Madison، 2011). مع ذلك تذكرنا هذة الحادثة بنفس الـدرس الـذي لا مفـر منـه كـما في وقـائع هويكسترا ، ووينر، ورايت: أي شئ مكتوب عنه تغريدات، مهما كانت نوايا كاتب التغريدات، يمكـن مـن حيـث المبـدأ أن يراهـا أي شـخص وكـل شـخص، بمـا فـيهم آخـر شـخص في العـالم أراد كاتـب التغريدات أن يراها.

مع ذلك تأتي مخاطر أحدث وسائل الإعلام الجديـدة الأسـوأ لـيس مـن اسـتخدامها الخـاطئ ولكن من التوظيف الذكي لهـا مـن قِبَـل أشـخاص عـازمون عـلى أعـمال سـيئة. في الفصـل التاسـع، " الجوانب السلبية من أحدث وسائل الإعلام الجديـدة"، سـوف نـدرس اسـتخدام الإرهـابيين المتعمـد لتويتر.

ولكن تويتر كان أيضاً محفزا قويا على التعبير الديمقراطي .

تويتر ضد الملالي في إيران

نزل الناس إلى الشوارع احتجاجا على ما اعتبروه تزويرا للانتخابات الرئاسية في إيران في يونيو 2009. هذة قصة قديمة في الأنظمة الديكتاتوريـة – يحـتج النـاس في السـاحات العامـة- وغالبـاً مـا تتبدد الآمـال في الديمقراطيـة، كـما في حالـة ميـدان تيانـانمن Tiananmen في الصـين في عـام 1989 (راجع ليفنسون ،الهواتف المحمولة،2004، للمزيد). ولكن أصـبح لـدى النـاس والديمقراطيـة أدوات جديدة تحت تصرفهم في عام 2009.

تحرك المرشد الأعلى لإيران، الذي أيد إعادة انتخاب محمود أحمدي نجـاد، مـع مـن لهـم نفـس ميول الملالي لحظر الإبلاغ عن الاعتراضات المتزايدة للانتخابات، والدعوة إلى واحدة جديدة، وحقيقـة إن المتظاهرين كانوا يتعرضون للضرب والقتل. عمل التعتيم الإخباري على تقارير شهود العيـان التـي تبثهـا وسائل الإعلام المركزية التقليدية، مثل محطات البث، وعلى الصحفيين المهنيين الذين كان من السهل بمـا

يكفي تحديدهم و طردهم أو منعهم مباشرةً من تقديم تقرير عن الأحداث. ولكن يوتيوب، وفيسبوك، وأبرزهم تويتر لم يكن وقفهم أو حتى السيطرة عليهم بمثل هذة السهولة في إيران 2009 .

تم تقييد خدمة الإنترنت والهاتف المحمول بشكل متقطع وأغلقا جزئيا في إيران. ومع ذلك، فإن قطع كل التغريدات وتحميل مقاطع الفيديو على يوتيوب قد يستلزم قطع جميع خدمات الإنترنت والهاتف المحمول في ذلك البلد، الذي كانت سلطاته حَذِرَة من فعل ذلك لما له من آثار سيئة على رجال الأعمال الإيرانيين والتبادلات الأساسية الأخرى للمعلومات. فكانت النتيجة ترك منفذ للمحتجين والمواطنين الصحفيين لتغريداتهم ومقاطعهم من الفيديو، والتي استطاع الناس خارج إيران استخدامها أيضاً لإعادة إرسال التغريدات إلى إيران عبر "عناوين الإنترنت بالإنابة proxies" المشروعة للسلطات.

في نفس الوقت بطبيعة الحال، يمكن للسلطات الإيرانية، ويبدو إنها فعلت ذلك، استخدام تويتر لإرسال معلومات مضللة. عندما سُؤلت في مقابلة على راديو KNX تبث من لوس انجليس يوم 16 يونيو 2009 ، كيف يمكن لأي شخص معرفة ما اذا كانت التغريدات الخارجة من إيران حقيقية أم مزيفة، أجبتُ إن مجمع تويتر، يقدم مثل العديد من القراء/المحررين في ويكيبيديا بعض الضوابط والتوازنات للتأكيد على دقة المعلومات (ليفنسون، 2009، "أحدث وسائل الإعلام الجديدة ضد الملالي"). وبالفعل، تم تحديد تغريدات يشتبه إن الحكومة زرعتها واستنكارها على تويتر (راجع جروسمان Grossman، 2009).

لم تنجح الاحتجاجات في إيران في عام 2009. ولا يزال الملالي و أحمدي نجاد في السلطة اعتبارا من يناير 2012. ولكن تجدر الإشارة إلى أن وسيلة جديدة ظهرت في أواخر السبعينات، وهي شريط الكاسيت ، كان لها دورا أساسيا في الثورة الإيرانية عام 1979 (زونس Zunes ،2009)، ساعدت الهواتف المحمولة في تنظيم ثورة قوى الشعب الثانية الناجحة في الفلبين في عام 2001 (راجع رينجولد Rheingold ، و بوبكين Popkin، 2009) ، وكانت وزارة الخارجية الأمريكية حاسمة جداً عبر تويتر في الأيام الأولى لاحتجاجات 2009 في إيران حيث طلبت من

تويتر تـأخير الإغـلاق المقـرر للصـيانة حتـى وقـت يكـون فيـه معظـم الإيـرانين نـائمين (جروسـمان Grossman ؛ 2003 ، 2009) .

لاقت تقنيات أحدث وسائل الإعلام الجديـدة ،التـي أُسـتخدمت لأول مـرة في إيـران في عـام 2009، مزيد من النجاح في الربيع العربي من عام 2011 و بعد - تخليص تونس ومصر من حكـامهم المستبدين، وليبيا (بمساعدة عسكرية من الولايـات المتحـدة و أوروبـا) كـذلك. سـهلت نفـس هـذه التقنيات أيضا عمل حركة (احتلوا وول ستريت) في جميع أنحاء الولايات المتحـدة والكثـير مـن دول العالم التي بـدأت في خريـف2011. وسـوف نـدرس هـذه التطـورات السياسـية العميقـة في الفصـل العاشر، "السياسة وأحدث وسائل الإعلام الجديدة."

هنا الخط الزمني لبعض الاشتباكات الرئيسية بين وسـائل الإعـلام المخترعـة حـديثاً والسـلطة الحكومية في القرنين 20 و 21 التي ذكرتها في الصـفحة الأولى مـن هـذا الكتـاب، والمحدثـة الآن مـن الطبعة الأولى من كتاب أحدث وسائل الإعلام الجديدة. من الصعب أساساً على الحكومات السيطرة على وسائل الإعلام المخترعة حديثا ، لأنها عادة ما تكون حديثة أيضا بالنسبة للأشخاص في الحكومـة كي يفهموهـا تمامـا. عـلاوة عـلى ذلـك، حتـى قبـل الإنترنـت وأحـدث وسـائل الإعـلام (الاجتماعيـة) الجديدة، فإن الأجهزة والـنظم المدرجـة في الخـط الزمنـي التـالي كانـت تـفضي إلى الإبـداع الفـردي للرسائل، على عكس وسائل الإعلام الجماهيرية، ولاسيما الإذاعة والتلفزيون.

1942-1943: استخدمت الزهور البيضاء The White Rose التصوير لتقول للألمـان حقيقـة الحكومة النازية. فشلت في إزاحة النازي.

1979: توزيع تسجيل صوتي على شريط كاسيت لآيات اللــه الخـوميني في إيـران، نجـح في إثارة ثورة ناجحة ضد حكم الشاة.

الثمانينات: ساعد فيديو ساميزدات Samizdat في الاتحاد السـوفياتي الـذي انتقـد الحكومـة السوفياتية إلى حد ما في تمهيـد الطريـق لالبيريسـترويكا جورباتشـوف Gorbachev's perestroika والجلاسنوست glasnost، وأنهى الحكم السوفيتي.

1989: كشف البريد الإلكتروني للعالم تفاصيل احتجاجات ميدان تيانانمين Tiananmen. فشل لإزاحة الحكومة الصينية.

2001: ساعدت الهواتف المحمولة على تعبئة المعارضة السلمية ضد الرئيس استرادا Estrada في الفلبين. نجحت ثورة سلطة الشعب الثانية.

2009: نقل تويتر ويوتيوب للعالم تفاصيل المعارضة الإيرانية لنتائج الانتخابات المعلن عنها. النتيجة: لم تتضح بعد حتى يناير2012.

ماكلوهان ككاتب تدوينات قصيرة

الشكل القصير المميز لتغريدات تويتر ليس فعال سياسيا وضرورة اجتماعيا فقط، إنما تم تطويره بالفعل قبل تويتر بفترة طويلة إلى شكل أدبي معروف. توفي مارشال ماكلوهان في اليوم الأخير من الثمانينات – لم يكن ذلك قبل ظهور التغريد والتدوين فحسب، بل قبل البريد الإلكتروني وقبل ظهور صفحات ويب يمكن الوصول إليها بسهولة وأكثر من عِقد. لكن ماكلوهان كان يكتب تدوينات قصيرة أو تغريدات في واحد من أهم كتبه، مجرة جوتنبرج Gutenberg Galaxy (ماكلوهان McLuhan،1962)، في فصل بعنوان "تعليقات" يكتب جُملا مثل "قد يكون الفصام نتيجة حتمية لمحو الأمية"، و"يعيد الاعتماد المتبادل الإلكتروني الجديد خلق العالم في صورة قرية عالمية". يوجد 107 جملة من مثل "التغريدات" في هذا الكتاب.

تعرفت لأول مرة على الشكل الرقمي لكتابة ماكلوهان قبل تويتر بعقدين. في عام 1986، كتبت مقالا لمعاملات الاتصالات المهنية بعنوان "مارشال ماكلوهان و مؤتمرات الكمبيوتر"، اقترحت فيه أن البلاغة، والرشاقة، والاندفاع الذي يتسم به كتاباته- أعماله العظيمة من الستينات متكونة من فصول كثيرة طولها غالباً ليس أكثر من صفحة أو اثنتين - كانت في الواقع شكلا من أشكال الكتابة للويب ("مؤتمرات الكمبيوتر")، أو ما نسميه اليوم منشورات مدونة قبل عقود من ظهور الويب والتواصل عبر الإنترنت.

لنعد سريعا 21 عاما إلى الأمام... كنت أتصفح صفحة تويتر، وبعدها ببضعة أشهر انضممت في صيف عام 2007، وأدركت إن التغريدات تحمل شبها قويا

بعناوين تلك الفصول القصيرة في كتب ماكلوهـان. إذا كانـت محتويـات فصـوله منشـورات مدونـة، صفحة أو اثنين من الأفكار، دون اتصال ضروري بين الفصل والذي يليه، ولا ترتيب ثابت، علاوة على إن عناوين تلك الفصول كانت تغريدات، أو عِبارة لافتـة أو اثنـين عـلى الأكـثر. بعبـارة أخـرى فصـل ماكلوهان "التعليقات" كان في شكل تغريدات قبل ظهورهـا (ليفنسـون، "ماكلوهـان"، 2007) ثابتـة على الورق، وليست عائمة على الشاشة. بطبيعة الحال، عنـاوين مثـل "لا أحـد أبـداً أخطـأ نحويـا في مجتمع من الأميين" في كتابه مجرة جوتنبرج Gutenberg Galaxy كانـت أكـثر وضـوحا بكثـير مـن معظم التغريدات على تويتر. لذا عناوين ماكلوهان لم تبشر بتويتر فحسب، بل بشرت أيضـا بأفضـل ما يمكن أن يكون عليه تويتر. (ولاسـتكمال التحـول، يوجـد الآن العديـد مـن حسـابات تـويتر باسـم ماكلوهان تكتب تغريدات من أقواله المأثورة.)

ولكن كيف استطاع مارشال ماكلوهان الحقيقـي رؤيـة الـعصر الرقمـي؟ لم يكـن لديـه كـرة كريستالية تعرض لمحـات مـن المسـتقبل. لم يملـك ماكلوهـان منظـار بريسـتر جـون Prester John الخيالي الذي يخترق الزمن. بـالأحرى كـان عقـل ماكلوهـان يعمـل بالطريقـة التـي التقطهـا عصرنـا الرقمي، ولا سيما أحدث وسائل الإعلام الجديدة، واسقطها على شاشاتنا وحيواتنا. إذا كانـت أحـدث وسائل الإعلام الجديدة تعـبر عـن كيـف أراد الـبشر التواصـل دائمـاً أبـداً، لكـنهم لم يسـتطيعوا، لأن أجدادنا وآبائنا افتقروا إلى التطور التكنولوجي (راجـع نظريتـي "انثروبوتروبيـك anthropotropic" عن تطور وسائل الإعلام للمزيد؛ ليفنسـون، 1979، 1997)، فـإن ماكلوهـان فَهِـمَ هـذة الطريقـة في التواصل وكان متصلا بها قبل عقود من ظهورها. لم يكتـب عـن عصره ولكـن عـن عصرنـا، بأسـلوب يعمل على أكمل وجه لـيس مـع وسـائل إعـلام عصره المطبوعـة،إنما مـع أحـدث وسـائلنا الإعلاميـة الجديدة في وقتنا الحالي.

وهذا، بدوره، يشير إلى أن مثل هذا النموذج القصير من الكتابـة كانـت جـزءا من قدرتنا البشرية دائما، ولكن ثقافتنـا وتعليمنـا، باسـتثناء الكتابـات عـلى الجـدران والبرقيات، عملت على الحد من هذا النموذج أو استبعاده حتى الوقت الحاضر. كان ماكلوهان قادراً على اختراق تلك الحدود، وأصبح الشكل القصـيرة الآن هـو القاعـدة

في الرسائل النصية، والدردشة، وتقارير الحالة في فيسبوك، وتويتر.

انتعاش الشكل القصير- عبَّر عنه شكسبير عندما كتب إن "الإيجاز هو روح الذكاء" - يشير أيضاً إلى ديناميكية تاريخية أعم بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة والقديمة. استرجاع أشكال الاتصال المبكرة من خلال التكنولوجيات الجديدة هو جزء مهم من نظرية وسائل الاعلام لماكلوهان و كان تطورها الأكبر في "رباعياته"، أو نموذج الأربعة أجزاء التي أشار إليها باعتبارها "آثار" وسائل الإعلام. كل وسيلة مقدمة حديثا "تضخم" جوانب من اتصالاتنا (الإذاعة، على سبيل المثال، تضخم الصوت عبر المسافة)، و"تبطل استخدام" شكل اتصال آخر واسع الانتشار حاليا (أخذ الراديو مكان بعض القراءة)، و"تسترجع" شكلا سابقا (يستحضر الراديو أقدم أشكال الاتصال وهو الكلمة المنطوقة)، وأخيرا تنعكس أو "تنقلب" إلى شيء آخر (يصبح الراديو تليفزيون سمعي بصري). يوفر ماكلوهان الرقمي (ليفنسون، 1999) مزيداً من التفاصيل والأمثلة على الرباعيات tetrads، ولكن فيما يتعلق بتويتر يمكننا القول إنه يضخم العبارة المكتوبة القصيرة؛ ويبطل استخدام المدونات الطويلة والمكالمات الهاتفية ؛ ويسترجع الكتابة على الجدران، والبرقيات، والعبارات الشعرية، وكتابة ماكلوهان؛ وينقلب إلى... حسنا، هذا ما شاهدناه حتى الآن.

ولكن ربما لدينا بالفعل لمحة عن أحد أشكال أحدث وسائل الإعلام الجديدة التي تنتجها تويتر أو تنقلب إليها. رواية انقطاع تنفيذي Executive Severance لروبرت بليشمان Robert K. Blechman (2012)، والتي وصفها المؤلف بإنها "رواية تويتر"Twitstery وهي رواية مكتوبة كليا على تويتر، مرة في اليوم، وتغريدة في المرة. بينما أمازون Amazon، وسيلة جديدة، انتجت كيندل Kindle (نوع آخر من الوسائل الجديدة يتعامل مع المحتوى الرقمي في شكل الكتاب التقليدي)، تويتر أحد أحدث وسائل الإعلام الجديدة انتجت نوعا جديدا من الرواية، نوع لم يكن موجودا من قبل. رواية مكتوبة من تغريدات على تويتر تكمل الدورة التي بدأها ماكلوهان، الذي كتب تغريدات قبل أن يولد تويتر .

ولكن معظم تويتر لا يلعب من الخيال ولكن مع العالم الحقيقي الذي نوجد فيه أنا وأنت. في الفصل السابع سوف نرى كيف دفع فورسكوير Foursquare

التكامل بين العالمين الرقمي والحقيقي لمستوى جديد وحتى أكثر إفادة. المقبـل، ننتقـل إلى أحـدث الوسائل الجديدة في الفيديو- يوتيوب - جزء من المحـرك الـثلاثي الفيسـبوك- تـويتر- يوتيـوب الـذي يدفع معظم أحدث وسائل الإعلام الجديدة في 2012.

الفصل الرابع

يوتيوب Youtube

إذا كان النص هو الأقرب إلى أقدم شكل مستقر من الاتصال البشري- أقدم شكل، وفترة، إذا أخذنا في الاعتبار لوحات الكهوف في ألتاميرا Altamira واسكو Lascaux كنوع من الكتابة التصويرية، أو الأختام على بيض النعام البالغ من العمر 60 ألف عام كشكل من أشكال الكتابة (لويد Lloyd، 2010) – فإن التسجيلات السمعية والبصرية هي بالتأكيد الأحدث.

على الرغم من إن السكندريين القدماء عرفوا عن استمرار الرؤية- سمة الإدراك البشري التي تحافظ على الصور في رؤيتنا جزء من الثانية بعد أن تصبح أمام أعيننا، وتجعل الصور المتحركة ممكنة- فلم تصبح الصور المتحركة نفسها وسيلة إعلام حتى 1890. وكانت الأفلام الأولى التي تعود إلى تلك الفترة صامتة. وصلت الأفلام الناطقة في أواخر العشرينات، في نفس وقت اختراع التليفزيون تقريبا، والتي لم يبدأ تأثيرها الكبير حتى أواخر الأربعينات. ولكن التلفزيون التجاري نمى بسرعة – ولا يزال يحمل الرقم القياسي لأسرع معدل نمو وسيلة في الولايات المتحدة - وكان يشاهده ما يقرب من 90 في المئة من المنازل الأمريكية بحلول نهاية الخمسينات. وبدأت أجهزة الفيديو في منتصف السبعينات، والكابلات باعتبارها مصدرا مستقلا للبرامج في أوائل الثمانينات. بعبارة أخرى، يعود تاريخ وسائل الاعلام السمعية البصرية قبل يوتيوب إلى أقل من مائة عام من الحركة السريعة.

أنشيء يوتيوب في فبراير 2005- عمل تشاد هيرلي Chad Hurley ، وستيف تشين Steve Chen ، وجاويد كريم Jawed Karim ، الذين كانوا زملاء في باي بال PayPal – وظهر لأول مرة علنا في نوفمبر عام 2005. وازدهر بالتأكيد على مقاطع من شبكات التلفزيون والكابل، وهي شراكة لافتة بين وسائل

الإعلام القديمة والجديدة. ولكن أثرها غير المتوقع والطويـل الأمـد يـأتي مـن مقـاطع الفيـديو التـي يصنعها غير المحترفين، أو بالأحرى، الأشخاص غير منتجي تلفزيون الكابل أو الشبكة. علامـة يوتيـوب التجارية، وشعاره جنبا إلى جنب هو "انشر نفسك".

خذ على سبيل المثال، قصة فتاة أوبامـا- يوتيـوب وأحـدث وسـيلة إعـلام جديـدة كلاسـيكية شوهدت ما يقرب من 24 مليون مرة اعتبارا من أول يناير 2012، انتجت مقـاطع فيـديو شـوهدت أكثر من 120 مليون مرة، واختارتها نيوزويك باعتبارها واحدة من أكبر 10 تقليدات في العقد.

"فتاة أوباما"

بدأت قصة فتاة أوباما في ديسمبر 2006 على وسيلة قديمة. على برنامج مباشر مساء السـبت Saturday Night Live على تلفزيون إن بي سي NBC، وأذيعـت مسرحيـة هزليـة عنوانهـا الأصـلي "قضيبي في صندوق My Dick in a Box". وبفضل لجنة الاتصالات الفدراليـة، ومـع ذلـك، كانـت محطـة إن بي سي خائفـة مـن إذاعـة المسرحيـة الكوميديـة المكـررة بصـيغتها الأصـلية. "قضـيبي" واستعيض عنها بـ "معالجة خاصة".

ولكن الغناء والرقص مع الصيغة الأصلية المصنوعة التي وجدت طريقها بطريقـة أو بـأخرى إلى يوتيوب، حيث جذبت الملايين من المشاهدين، ربما أكثر على المدى الطويل مـن مشـاهدتها بعـد إعادة تهذيبها على شاشات التلفزيون. (حاول الكونجرس دون جدوى فرض قيود لغوية عـلى شـبكة الإنترنت، ورغم إن بيل كلينتون وقع فعلا على مرسوم آداب الاتصـالات لعـام 1996 ليصـبح قانونـا، فإن المحكمة العليا أسقطته.)

إنتر بن ريلس Enter Ben Relles الـذي كـان لديـه فكـرة مـع المغنـي/ وكاتـب الأغـاني ليـا كوفمان عـن فيـديو إجابـة أو ردا عـلى "قضـيبي في صـندوق": "صـندوقي في صـندوق" فيـديوهات الإجابة أو الرد هي معادل يوتيوب للتعليقات النصية في الفيسبوك، وتمنح للمنتجـين الجـدد وسـيلة جيدة لجذب الانتباه عن طريق إلحاق فيـديو الاسـتجابة حرفيـاً (إذا وافـق مالـك الفيـديو الأصـلي) بالفيديو الذي يتمتع بالفعل بجمهور كبـير، أو عـدد كبـير مـن المشـاهدات. كـما إن يوتيـوب لديـه

قسم تعليقات نصية مزدهر. الفيديوهات الرائجة تولد آلاف التعليقات، على عكس حفنة من فيديوهات الاستجابة.

لم يكن فيديو "صندوقي في الصندوق " بنفس جودة "قضيبي في صندوق"، الذي حصل على أكثر من 24 مليون مشاهدة في الأشهر الستة الأولى التي كان فيها على يوتيوب (راجع اللحاق بالسيدة،2007). كان آداء "صندوقي في صندوق" متذبذباً وانخفض وعاد للارتفاع عدة مرات منذ ذلك الحين، لذلك إحصاءاته اعتبارا من يناير 2012 ما يقرب من 5 مليون مشاهدة منذ نشره في ديسمبر 2006 غير قابلة للمقارنة بدقة مع "قضيبي في صندوق". ولكن الأرقام كانت أكثر من كافية لجعل بن ريليس وفريقه، BarelyPolitical.com، مهتمون بيوتيوب كوسيلة لعرض إنتاجهم.

بدأت محطة (فوكس 24) موسم جديد من ("اليوم السادس") في يناير 2007. كان لدى ريليس Relles و الشركة فكرة فيديو، "انجذبت إلى جاك بوير "Jack Bauer(الشخصية الكاريزمية الرائدة في محطة 24، التي يلعبها كيفر ساذرلاند Kiefer Sutherland). بهذه الطريقة كتب كوفمان الأغنية. أعلن باراك أوباما إنه سيترشح للرئاسة في فبراير 2007، وهو ما منح ريليس Relles فكرة إن أوباما سيكون كائنا أكثر إثارة من بوير لفيديو ساحق. أُحضرت أمبر لي إيتنجر Amber Lee Ettinger لتلعب الجزء المسحور، مزامنة الشفاة مع صوت كوفمان. تم طرح فيديو "انجذبت ُإلى أوباما" على موقع يوتيوب في يونيو 2007. ولاقى أكثر من 2.3 مليون مشاهدة في الشهر الأول (سكلار 2007،Sklar). أصبحت فتاة أوباما رمزا رائجاً. تلاه فيديو آخر لفتاة أوباما، وكذلك مجموعة من مقاطع الفيديو المماثلة أو فيديوهات الإجابة لمرشحين آخرين في الانتخابات الرئاسية لعام 2008، بما في ذلك هيلاري كلينتونHillary Clinton وجون ماكين John McCain. عندما زار بن ريليس Ben Relles و أمبر إيتينجر فصلي في مادة "مقدمة إلى الاتصالات والدراسات الإعلامية " في جامعة فوردهام في سبتمبر 2007، لم يكن هناك أي شخص في فصلي المكون من 120 طالب كان قد شاهد أو سمع شيئاً بالفعل عن فتاة أوباما (ليفنسون، 2007). عادت فتاة أوباما إلى

اليوتيوب في عام 2012، مقطع فيـديو سـاخر بعنـوان "أنـت الشـخص الـذي أريـده" (مـن جـريس Grease)، واقلاع من جيلي Glee ، التـي تحـكي فيهـا لأوبامـا أنـه سـيكون عليـه العمـل لـكي يفـوز بصوتها هـذه المـرة (هـايز 2012،Hayes). وحظـي "جيليـز Glease" عـلى مـا يقـرب مـن 75 ألـف مشاهدة في غضون أسبوع من نشره في فبراير 2012 (بوليبوPolipop،2012).

هل كان لفتاة أوباما أي تأثير على انتخابات عام 2008؟ من الذي سيعترف إنه صوَّت لمرشـح بسبب فيديو بذيء، ومضحك؟ ولكن هذا أوضح بالتأكيـد: كانـت شـعبية أوبامـا جيـدة جـدا لـدى الناخبين تحت 30 عاما - في الانتخابات التمهيدية والعامة- وكانت هذة بالتحديد المجموعة التـي لم تذهب إلى صناديق الاقتراع بالأعداد التي يحتاجها المرشح الرئاسي الـديموقراطي جـون كـيري في عـام 2004، وهي المجموعة الأكثر مشاهدة لفيديوهات (فتاة أوباما) على شاشات أجهزة كمبيوتراتهم في عام 2007. وانتشرت مقاطع فيديو (فتاة أوباما) بشكل فيروسي في وقت مبكر جدا، وبالتـالي حاسـم لهذه الحملة، عندما كان كثير من الناس مـا زالـوا يتعرفـون قـدر اسـتطاعتهم عـلى بـاراك أوبامـا في البداية. أظهر الفيديو، على أقل تقدير، إن أوباما شخص جيد، ومثيرة للاهتمام، وجذاب.

وذكرت ليندا فيرتهايمر Linda Wertheimer على الإذاعة العامة الوطنيـة (24 يونيـو2008) إن عدد الناخبين الذين تقل أعمارهم عن 30 عاما في الانتخابات التمهيدية لعـام 2008 والمـؤتمرات الحزبية في جميع أنحاء أمريكـا كـان مـرتين إلى ثـلاث مـرات أكـبر مـما كانـت عليـه في عـام 2004. وحددت ثمان وخمسين في المئة مـن هـؤلاء النـاخبين أنفسـهم كـديمقراطيين، وإنهـم صـوتوا لصـالح أوباما ضد كلينتون بفـرق 3 إلى 1 في ولايـات مثـل جورجيـا، والتـي فـاز فيهـا أوبامـا في الانتخابـات التمهيدية عام 2008، وفرق 2 إلى 1 لصالح أوباما في ولايات مثل ولاية بنسلفانيا، والتي خسر أوبامـا فيها الانتخابات التمهيدية عام 2008.

الاتجاه المسيطر خلال الانتخابات العامة في نـوفمبر 2008، والتـي فيهـا مـا لا يقل عن 50 في المئة من الفئة العمرية 18 -29 عاما صوتوا في الولايات المتحدة لأول مرة منذ عام 1972، و66 في المئـة مـنهم صـوتوا صـالح أوبامـا. "بزيـادة 12 في المئـة

عن أولئك الذين صوتوا لصالح جون كيري في عام 2004 و 18 في المئة عن أولئك الذين دعموا آل جور في عام 2000" (جرايمز2008،Grimes، وراجع أيضا دالDahl،2008). كما سنرى خلال هذا الكتاب، وخاصة في الفصل العاشر، "كانت حملة أوباما 2008 قادرة على الاستفادة من العديد من أنواع وسائل الإعلام الجديدة والاجتماعية" (بيرد Baird، 2008) - التقنيات التي اتقنها الجمهوريون، فضلا عن الديمقراطيين جيدا بحلول عام 2012.

المناظرات التمهيدية الرئاسية لعام 2008 على يوتيوب

وشهدت الحملات الرئاسية لعام 2008 أيضا ظهور المناظرات يوتيوب الأساسية لأول مرة في عام 2007، التي كان يُقدم فيها أسئلة للمرشحين عبر مقطع فيديو يوتيوب. تجمع سي إن إن CNN، تحت رعايتها المرشحين للإجابة على الأسئلة، تختار مقطع الفيديو، مما يجعل هذه المناظرات أقل قليلا من فسحة من الديمقراطية المباشرة تماما، أو مثال على استخدام أحدث وسائل الإعلام الجديدة تماما في السياسة. ولكن كان طرح الأسئلة من المواطنين الأمريكيين مباشرةً تحسنا كبيرا بدلا من الأسئلة التي يطرحها معلقوا الأخبار افتراضاً بالنيابة عنك. لا شك أن بعض الأسئلة كانت مُعدَّة مسبقاً وربما حتى من قِبَل نواب المرشحين. ولكن حتى مع مثل هذه الانتهاكات التي لا مفر منها، شهدت مناظرات يوتيوب خطوة هامة إلى الأمام في تحقيق الديمقراطية في النقاش وبالتالي العملية الانتخابية.

ما يلي هومنشورات مدونتي، المنشورة فوراً بعد المناظرة الأساسية للحزب الديمقراطي على CNN- يوتيوب في 23 يوليو 2007، و المناظرة الأساسية للحزب الجمهوري على - CNN YouTube في 28 نوفمبر 2007 :

أول مناظرة رئاسية يوتيوب/ CNN – هذة المناظرة مع الديمقراطيين- انتهت للتو. قلت سأنتظر حتى أراها لأقول كم كانت ثورية. بعد أن شهدتها أعتقدتُ إنها كانت ثورية حقا - وفي الواقع، بقدر ما هي قفزة إلى الأمام في المناظرات والديمقراطية مثلما كانت المناظرات الرئاسية الأولى على شاشة التلفزيون في عام 1960.

لا أذكر أبداً مشاهدة مناظرة في أي من الحزبين بمثل هذة السلسلة من الأسئلة الصريحة والقاطعة والطريفة واللطيفة. كان الناس الذين يطرحون

الأسئلة في مقاطع فيديو يوتيوب أكثر دقة بكثير من أي فريق من الخبراء .

وارتقى المرشحون لهذه المناسبة بالصدق والإجابات المهمة. عندما سُوئل أوباما حول ما اذا كان هو مرشح الأمريكيين الأفارقة الشرعي – نظرا لوصوله إلى السلطة- أجاب ساخرا "اسأل سائقي سيارات الأجرة في نيويورك!"

(لسوء الحظ الأمريكيون الأفارقة يعانون أكثر من سكان نيويورك القوقازيين لإيقاف سيارة أجرة تقلهم – أنا قوقازي، عشتُ في نيويورك كل حياتي، و ربما هذه المشكلة قد خفتت قليلا ، لكنها لا تزال موجودة.)

تجيب هيلاري كلينتون Hillary Clinton، على سؤال حول انتخاب بوش في عام 2000، أجابت إنه، في الواقع، لم يكن بوش رئيساً منتخباً.

وجه جون إدواردز John Edwards نداء مؤثرا، عن الرعاية الصحية، حول حاجة جميع الأميركيين للرعاية – فعل هذا رغم إنه تجاوز وقته، وكان أندرسون كوبر يحاول مقاطعته.

أجاب جو بايدنJoe Biden على سؤال على يوتيوب حول السيطرة على السلاح، سأله شخص مسلحا بسلاح آلي، وصفه بإنه "طفله". أجاب بايدن: إذا كان هذا طفلك، فأنت بحاجة إلى مساعدة. . . .

وكان هذا مجرد عينة.

حتى أندرسون كوبر، الذي بدا مقاطعاً ظلماً لأقل عدد من المرشحين - مثل مايك جرافيل- كان أكثر المرشحين الرئيسيين في شكل جيد الليلة. السائل الأخير سأل كل مرشح أن يذكر شيئا أحبه وآخر كرهه في المرشح الواقف إلى يساره. أجاب كوسينيتش Kucinich ساخراً إن لا أحد يقف إلى يساره على المسرح (صحيح). أجاب كوبر حاولنا أن نجد شخصا ليقف إلى يسارك ولكن لم نجد أحد. .

لا شيء مثل هواء الديموقراطية النقي لتنشيط النقاش وإعطاء الناس خيارات أكثر وضوحا. كان هناك قلق قبل المناظرة حول ممارسة CNN سيطرة كبيرة على اختيار أسئلة يوتيوب المعروضة - أوافق على أن ينبغي ألا تختار CNN الأسئلة، لكنني لا أر كيف كان من الممكن أن تكون الاختيارات أفضل بأي شكل.

أتطلع الى الآداء الجمهوري من هذه التجربة الجيدة - والتي ستصبح

القاعدة في سبتمبر.

ولكن في 27 يوليو أضفت، مع وصلة لمنشور مدونة جديد: "الجمهوريون الآن يحشرون أنوفهم في يوتيوب وكذلك في التطور".

أضفت السطر الأخير لأنه، في 27 يوليو 2007 تعهد جون ماكين John McCain ورون بول Ron Paul فقط بمناظرة تمهيدية جمهورية على CNN/يوتيوب في سبتمبر 2007، واضطرت CNN إلى إلغائها. في نهاية المطاف رأى الجمهوريون نور يوتيوب، وحدثت مناظرتهم على يوتيوب سي إن إن في 28 نوفمبر 2007. وسجلت ما يلي على مدونتي بعد المناظرة مباشرةً:

لم أجد مناظرة الجمهوريين على يوتيوب/ CNN الليلة لطيفة ومثيرة مثل مناظرة يوتيوب الأولى بين المتنافسين الديمقراطيين على الرئاسة المذاعة قبل بضعة أشهر. ربما كانت مناظرة يوتيوب مزدهرة. لكن الأرجح إن الأسئلة لم تكن بنفس روح الدعابة والإثارة الليلة مثلما كانت مناظرة الديموقراطيين عبر يوتيوب. على النقيض، كانت المناظرة جيدة، وهو ما أظهر معظم المرشحين في أفضل حالتهم. لاسيما ماكين الذي كان أكثر بلاغة و قوة من المعتاد في دعمه للحرب وشجبه للتعذيب. وكان رومني متلقيا لمحاضرة ماكين عن التعذيب- تراجع رومني عن كل أهدافه النموذجية سامحاً للخبراء أن يقرروا- لكن رون بول Ron Paul كان لديه لحظة جيدة في تفسيره المقنع، بالعودة إلى ماكين، حول الفرق بين كونه انعزالي وغير متدخل (كان رون بول الأخير). كما قال رون بول الحقيقة أيضا عن سبب انخفاض العنف في جنوبي العراق – حدث ذلك بسبب اليسار البريطاني.

لكن رومني كان ممتازا في هدم هجوم جولياني حول توظيف رومني المزعوم لأجانب غير شرعيين- رد رومني بعقلانية إنه تعاقد مع شركة للعمل في منزله، وقال انه لم يستأجر أجانب غير شرعيين مباشرةً.

مع ذلك أود أن أشير هنا إلى رغم إنني أعجبت ببلاغة رومني في هذا التبادل – نادراً- فإنني أعتقد إن معظم الجمهوريين وكثير من الديمقراطيين يعولون كثيراً على التوصل إلى اتفاق بشأن الأجانب غير الشرعيين (لا يهم المصطلح كثيراً، ولكن لا يسعني إلا التفكير في كائنات من الفضاء الخارجي كلما سمعت تلك

العبارة). أحد أعظم نقاط قوة أميركا دائما هو انفتاحها على الناس من البلدان والثقافات الأخرى.

ربما كان هاكابي Huckabee أفضل شخص على خشبة المسرح تحدث عن هذه المشكلة، رافضا التراجع عن تمويله لتعليم أطفال المهاجرين غير الشرعيين.

جولياني Giuliani، بخلاف المناقشة مع رومني حول توظيف المهاجرين غير الشرعيين، كان على قمة مستواه إلى حد كبير، وكان فريد تومسون Fred Thompson مفعم بالحركة أكثر قليلا من المعتاد الليلة أيضا.

إذن، أين نقف: هاكابي أنيق ويكسب في استطلاعات الرأي ويمكن تصور سحب مفاجأة في ولاية ايوا. حتى إذا كان يقترب، فما زال يمكن أن يكون منافساً جيدا لجولياني. دعني أقول إنه فات الأوان لماكين وتومسون، أياً ما يفعلونه أو يقولونه من الآن فصاعدا. لا يزال رومني المنافس الرئيسي لجولياني.

و رون بول لا يزال لديه حتى الآن أفضل المناصب. هو وحده من بين المرشحين الجمهوريين لا يزال يقول الحقيقة للسلطة عن الحرب . سوف نكتشف قريباً عدد الأصوات التي يترجم هذا إليها في الانتخابات التمهيدية.

هاكابي قريب من الفوز في ولاية ايوا، ولم يفت الوقت بالنسبة لماكين بعد للفوز بترشيح الحزب الجمهوري؛ في الواقع آداء رون بول سيئ جدا في التصويت الأولي الفعلي - رغم إن المقالات لصالح ترشيحه كانت "منشورة" على الصفحة الأولى من موقع ديج Digg يومياً في الحملات الأولية، والمداخلات الهاتفية بعد المناظرات الرئاسية أعلنت فوزه مراراً وتكراراً. سنبحث في الفصل الثامن في القسم الخاص بموقع Digg لماذا حدث ذلك- لماذا رون بول الذي كان آدائه جيداً جداً في عام 2008 في أحدث وسائل الإعلام الجديدة كان سيء الآداء في الانتخابات التمهيدية. كما سوف ندرس أيضا لماذا كان آداء رون بول أفضل إلى حد ما في الانتخابات التمهيدية الجمهورية في عام 2012.

كان آداء باراك أوباما جيداً للغاية في أحدث وسائل الإعلام الجديدة في عام 2008، وفاز ليس فقط في الترشيح إنما في الانتخابات الرئاسية العامة أيضاً. جزء من السبب هو إن أداء أوباما كان جيدا جدا أيضاً في وسيلة التلفزيون الأقدم.

جذاب تليفزيونيا Telegenic+ يوتيوب Youtube= جذاب على الويب cybergenic

كـان بـول سـافو Paul Saffo أول مـن وصـف بـاراك أوبامـا إنـه "جـذاب عـلى الويـب cybergenic" في يونيو2008، والتقط مارك ليبوفيتشMark Leibovich في صحيفة نيويورك تـايمز في أغسطس 2008. منطق تسمية هو أنه مثلما كان روزفلت أستاذ الراديو (راجـع "رؤسـاء الراديـو" في ليفنسون،1997، لمعرفة المزيد عن روزفلت- وكذلك تشرشل، وهتلر، وستالين- الاستخدام السياسي للراديو)، وكان جون كنيدي طبيعيا للتلفزيون (على عكس نيكسون)، لذا كان أوبامـا مرشـح إنترنـت مثالي في عام 2008، لا سيما بالمقارنة مع منافسه جون ماكين.

ومع ذلك المقارنات التاريخية ليست ملائمة تماما. فَهِـمَ روزفلـت ومستشـاريه قـوة الإذاعـة وسخرَّوها، في حين بدا جون كينيدي أفضل من نيكسون على شاشـة التلفزيـون. مـن ناحيـة أخـرى، عَرِفَ كينيدي ومستشاريه بعد المناظرات إن أدائهم كان جيدا على التلفزيون- غالبية النـاس الـذين سمعوا المناظرات في الإذاعة اعتقدوا إن نيكسون كان أفضل، على عكس غالبية مشاهدي التلفزيـون الذين أحبوا كنيدي (راجع ماكلوهان، 1964، ص 261)- وأصبحت المـؤتمرات الصـحفية التلفزيونيـة سمة مميزة لإدارته. في الواقع، مازالت المؤتمرات الصحفية لجون كينيدي علامة مائية عالية الجـودة لأسلوب وحماسة رئيس يتحدث إلى وسائل الإعلام، رغم إن المؤرخين قد يستنتجوا إن أوباما وروناك ريجان اقتربا.

ولكن الأهم من ذلك، إن توصيف أوباما باعتبـاره جـذابا عـلى الويـب، عـلى عكـس جاذبيـة التليفزيون، تفتقد إن الدور الحاسم للجاذبيـة عـلى شاشـة التلفزيـون تلعـب دوراً حاسـماً في صـنع جاذبية المرشح على الويب.

في الواقع،علاقة التآزر، والتحفيـز المتبـادل بـين أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة والقديمـة يمكـن تفويتها بسهولة عند التركيز على التأثير الثوري لأحدث وسائل الإعلام الجديـدة. في حالـة المـدونات، عـلى سبيل المثال، تدعم التقارير التحقيقية من وسائل الإعلام المطبوعة القديمة الكثير من التقارير والتعليقـات في أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة مثـل هفينجتـون بوسـت The Huffington Post (راجـع الفصـل

السادس، "التدوين"، للمزيد). وتبدأ المسلسلات التلفزيونية الناجحة مع الخاسرة في نشر الترويج الفيروسي للإنترنت بنشاط. في حالة المرشح "الجذاب على الويب cybergenic"، فإن معظم مقاطع الفيديو السياسية التي تظهر على شبكة الإنترنت، سواء المُتضمنَة من يوتيوب أو مباشرةً من المواقع الإخبارية مثل MSNBC.com، انطلقت من تلفزيون الكابل التقليدي.

هذا يعني إن المرشح يجب أن يبدو جيداً على شاشة التلفزيون ليبدو جيداً على شبكة الإنترنت. مهما كان شكلي جيداً على شاشة التلفزيون، بفضل خبير الإضاءة، فإنني لن أبدو مثل جورج كلوني. وبالمثل، تفوق أوباما على ماكين على يوتيوب في عام 2008 تدفقت من مظهر أوباما الجيد على شاشات التلفزيون. رغم كل سحر وقوة يوتيوب، فإنه لا يستطيع عمل محفظة حريرية لأحدث وسائل الإعلام الجديدة بعيداً عن التلفزيون.

العلاقة بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة والقديمة، بالعالم الحقيقي الموجود مسبقا، هي إحدى مجالات التركيز الرئيسية في هذا الكتاب. الخلاصة، سياسيا، هو أن النجاح في أحدث وسائل الإعلام الجديدة ليس كافياً في حد ذاته - أو ليس نجاحا حقيقياً ما لم يكن بمساعدة وتحفيز وسائل الإعلام القديمة، ومنعكسا في العالم الواقعي.

عدم قدرة يوتيوب على الإنكار والديمقراطية

في الطرف المقابل من طيف الإنتاج المهني، لدينا مقاطع يوتيوب ليست مأخوذة من برنامج حواري تلفزيوني أو نشرة أخبار وأبدعها غير منتجي الشبكة مثل بن ريليس Ben Relles. لدينا مقاطع مأخوذة عن طريق الهاتف المحمول، والهواتف الذكية، أو غيرها من الأجهزة خفيفة الوزن، وكاميرات الفيديو المحمولة التي يمكن أن تكون في يد. . . حسناً، أي شخص.

ورغم إن منتجي هذه المقاطع المأخوذة على الطاير يمكن أن يكون مصدرها مجهول أو غير معروف تماما، فإن موضوعات الفيديو يمكن أن تكون نفسها عن الساسة والمشاهير التي نراها على شاشات التلفزيون التقليدية

دعا سيناتور جورج ألين (R-VA)،لأي سبب كان، سائل في مناسبة عامة يوم

15 أغسطس 2006، وأشار إليه باسم "مكاك". المصطلح هو نعت عنصري في بعض أجزاء من العالم. أنكر ألين إنه تلفظ بالمصطلح؛ وقال إنه لا يتذكر قوله. لكن يوتيوب يعرف أفضل. ووصل مقطع فيديو لجورج ألين يقول فيه "المكاك" إلى جميع أنحاء العالم لرؤية- ما فعلوه، واحدا تلو الآخر، ومئات الآلاف من المرات (أكثر من 625 ألف مشاهدة اعتبارا من بداية عام 2012). خسر ألين محاولته لإعادة انتخابه في عضوية مجلس الشيوخ في ذلك العام، إلى جانب موقفه كمنافس محتمل للفوز بترشيح الحزب الجمهوري للرئاسة في عام 2008. وكتب رولينج ستون Rolling Stone مقالا باقتدار، بعد ذلك بوقت قصير بعنوان "الانتخاب الأول على يوتيوب: جورج ألين و"المكاك"، وكان العنوان الفرعي "جورج ألين: خطوة رقمية في فجوة القرن الحادي والعشرين" (ديكنسون Dickinson، 2006).

اكتشف مايكل ريتشاردز Michael Richards، الممثل الكوميدي الذي لعب دور كريمر Kramer في سينفيلد، إن مقاطع فيديو الهواتف المحمولة ونشرها على شبكة الإنترنت لم يعد أمراً مضحكاً. كانت استجابة ريتشاردز إلى مُقاطِع الممثلين في مصنع الضحك في غرب هوليوود في 16 نوفمبر عام 2006، للإشارة إلى مُقاطِع الممثلين باعتباره "زنجيا" - ست مرات (موظفو TMZأو TMZ staff، 2006). اعتذر ريتشاردز لاحقاً ولكن سوف يكون دائما شيئا أكثر - وأسوأ - من كوميديان في نظر الجمهور .

التقط جوناثان ألتر Jonathan Alter (من مجلة النيوزويك)، في برنامج (العد التنازليcountdown) لكيث أولبرمان على MSNBC في 9 يونيو 2008، هذا الجانب من ثورة يوتيوب مبكراً – وتأثيره على ما الذي يعنيه بالنسبة للسياسيين، وبالتالي لأي شخص في الساحة العامة. في عام 2000، قال ألتر إن شريط فيديو لسياسي يدلي بتصريحات قد يكون في بعض كواليس الشبكات التليفزيونية في مكان ما، بعد عرضه على التلفزيون. (كان هذا هو الحال في عام 2004 كذلك.) ولكن بحلول عام 2008، وما بعدها، أي شيء يقوله سياسي يمكن أن يكون تحت الأضواء الساطعة ليوتيوب بعدها بدقائق، بعيداً عن وصاية وسيطرة كلا من الشبكة التليفزيونية والسياسي.

كان ألتر يتحدث عن زعم جون ماكين إنه لم يعلق أبدا على تأثير وسائل الإعلام على السياسة والانتخابات- زعم فنده بيان ماكين الصادر سابقا منذ بضعة أيام عن إن وسائل الإعلام لم تكن عادلة مع هيلاري كلينتون في سباقها للفوز بترشيح الحزب الديمقراطي. حيث أعلن ماكين في خطاب متاح على نطاق واسع على موقع يوتيوب في 2008 "كثيراً ما تغفل وسائل الإعلام كيف تحدثت (هيلاري كلينتون) بتعاطف عن اهتمامات وأحلام ملايين الأميركيين".

ولا يمكن نشر عبارات السياسيين على موقع يوتيوب بعد بضع دقائق من تلفظهم بها فحسب، إنما أيضاً يمكن أن تبقى على موقع يوتيوب لسنوات- في الواقع، إلى الأبد. لا يمكن إنكار الكلمات في مقطع فيديو يوتيوب فحسب، بل إنها لا تُمحى. فالأضواء ليست فقط ساطعة؛ إنما دائمة أيضاً. هي وأي مقطع فيديو يمكن إزالته من يوتيوب، ولكن الأضواء لا تسطع من تلقاء نفسها. على عكس البث التلفزيوني، والذي يجب تسجيله عن طريق مسجل الفيديو لكي يبقى أبعد من اللحظة، فإن فيديو يوتيوب يبقى بطبيعته في منطقة طول العمر.

العواقب السياسية لهذة القدرة على عدم الإنكار لا تتعلق بالأحداث الحية مثل حادث جورج ألين فحسب، إنما أيضا بالظهور على شاشات التلفزيون التي تظهر على موقع يوتيوب. مثلا إجابة سارة بالين Sarah Palin نائب رئيس الحزب الجمهوري في عام 2008 على كاتي كوريك Katie Couric في برنامج الأخبار المسائية Evening News على شبكة سي بي اس CBS الاخبارية حول الصحف التي تقرأها بالين – لم تستطع ذكر اسم أي صحيفة- كان أول بث للبرنامج في 30 سبتمبر 2008. وسرعان ما أصبح على موقع يوتيوب ، حيث تلقى ما يقرب من 2 مليون مشاهدة بحلول نوفمبر 2008 (أكثر من 2.5 مليون اعتبارا من يناير 2012). من المستحيل معرفة التأثير الدقيق لهذا الفيديو على نتائج انتخابات في عام 2008 ، ولكنه بالتأكيد لا يمكن أن يكون قد ساعد الجمهوريين. في حملة الجمهوريين الرئاسية التمهيدية لعام 2011-2012 ، الارتفاع والانهيار المتكرر لما يقرب من نصف دزينة من المرشحين - ميشيل باخمان، وريك بيري، وهيرمان كين، ونيوت جينجريتش ، وريك سانتوروم – غذته بلا شك مقاطع فيديو لتصريحات

محرجة، ومدمرة على موقع يوتيوب . لحظة "اعتراف" ريك بيري الفاضحة في نوفمبر 2011 ، مازالت على سبيل المثال - عندما لم يتمكن من ذكر اسم الثلاث إدارات الحكومية الفيدرالية التي يريد إلغائها في مناظرة تلفزيونية- تحظى بمشاهدة نشطة في أوائل عام 2012، مع أكثر من نصف مليون مشاهدة تراكمية للعديد من مقاطع الفيديو.

أي شيء مُسجَل عن طريق أي جهاز سمعي بصري هو مرشح لنشر عالمي وطويل الأمد على يوتيوب – وذلك يشمل ليس ما يقوله السياسيون وغيرهم من المشاهير الآن فحسب، بل أيضا كل ما قاله أو غنَّاه أي شخص أو حتى تواصل به منذ اختراع الصور المتحركة في سنوات 1880 والفونوجراف عام 1877، إذا كان هناك صورة متحركة أو تسجيل صوتي لذلك الاتصال. على يوتيوب الآن (يناير 2012) تسجيلات لرؤساء الولايات المتحدة بنجامين هاريسون (Benjamin Harrison 1888-1892)، جروفر كليفلاند Grover Cleveland (ولاية ثانية، 1892-1896)، ويليام ماكينلي (William McKinley 1896-1901). (راجع المقطع المقبل، "'قيثاري يبكي بلطف عبر العصور"، لمعرفة المزيد عن خلود اليوتيوب.)

اغتصاب يوتيوب دور التلفزيون كمذيع للأحدث العامة

بكل التقديرات، بما في ذلك تقديراتي (على سبيل المثال، سوليفان، 2008، وراجع سولينتروب Suellentrop، 2008، لموجز عن استعراض المدونات، ليفينسون، "خطب فخمة لبيل كلينتون وجون كيري"، 2008) المرشح الديمقراطي للرئاسة جون كيري قال واحدة من أفضل خطب المَجَمَع الديمقراطي في عام 2008 في دنفر، وربما كانت أفضل الخطب في حياته، في 27 أغسطس 2008. لأسباب مجهولة، لم تنقل الخطاب في مجملها أي من الثلاث شبكات تلفزيون الكابل الإخبارية الرئيسية. بدلا من ذلك، توجهت شبكات MSNBC، CNN، وفوكس نيوز لرؤسائهم المتحدثين. كما أشار أندرو سوليفان باقتدار، "اعتقدت شبكات الكابل إن خبرائهم أكثر إثارة للاهتمام من هذا الخطاب. وجهوا النداء الخاطئ".

أو ربما يمكننا تقدير لماذا قطعت شبكات تلفزيون الكابل خطاب كيري.

مدفوعة بالحاجة لجذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين، المطلوب بدوره لجذب أكبر قدر ممكن من عائدات المعلنين، ربما قدَّر مديروا البرامج في الشبكات إن جون كيري ليس معروفاً كمتحدث جذاب، مما قد يؤدي بالمشاهدين إلى شبكات أخرى لديها برامج رؤوس متحدثة أكثر تألقا. أو على الأقل اعتقدت الشبكات إن الخبراء كريس ماثيوز، وولف بليتزر، وبريت هيوم على شبكات MSNBC، CNN، وفوكس نيوز، على التوالي سوف يتسببون في ملل المشاهدين بنسبة أقل من كيري.

أذاعت محطات PBS و C-SPAN خطاب جون كيري ليس بفضل المعلنين. شغلت أنا و زوجتي محطة C-SPAN كشيء مقحم على شاشة تلفزيوننا -كنا نشاهد MSNBC – وقلبنا لنأخذ فكرة عما كان كيري يقوله. ثبتنا تلفزيوننا على محطة C-SPAN لبقية خطاب كيري.

وبالتالي محطات التلفزيون غير التجارية حفظت التلفزيون باعتباره مذيع فوري لخطاب جون كيري. أبعد من ذلك، تم نشر الخطاب على موقع يوتيوب في غضون ساعة. وجذب آلاف المشاهدين في بضع ساعات (أكثر من 170ألف مشاهدة بحلول يناير 2012). يؤثر التلفزيون بشكل متزايد فقط في المدى الفوري-القصير، والمتوسط، والبعيد الأمد، وأصبح يوتيوب وسيلة التسجيل القياسية.

علاقة يوتيوب بالتلفزيون في تغطية الأحداث العامة تكمل علاقة التدوين بالصحف وتساعد على تحديد موقع أحدث وسائل الإعلام الجديدة في ثقافتنا. يوفر التدوين تعليقا أسرع بكثير من افتتاحية أي صحيفة مطبوعة. بينما يوفر موقع يوتيوب تسجيلا سمعيا بصريا للأحداث على شاشات التلفزيون الذي لولاه لكان قد انتهى لحظة اكتماله - أو في حالة خطاب جون كيري عام 2008، لكان جرى بثه غير كامل أو لم يبث على الاطلاق . بالطبع يمكن أن يعيد التلفزيون أجزاء من برنامج أو يعيده كله، ولكن مثل هذه الاعادة لا يمكن الوصول إليها 24 ساعة في اليوم، من غالبية الأماكن في العالم، كما يوجد أي فيديو على موقع يوتيوب. أي شيء على شاشة التلفزيون يمكن التقاطه على مسجل فيديو DVR ، ولكن هذه التسجيلات خاصة، وغير متاحة للعامة. وبالتالي فإن إذاعة أحدث وسائل الإعلام الجديدة للأحداث أسرع في حالة المدونات وأكثر موثوقية في حالة يوتيوب من

نظيرتها وسائل الإعلام القديمة. في الوقت الحاضر والمستقبل القريب، سوف تستمر الصحف لأنها لا تتطلب بطاريات للقراءة، والتلفزيون لأنه لا يزال في كثير من الأحيان يمكنه الوصول إلى الكلمة الأولى بلا جهد. ولكن من المرجح أن تستمر إذاعات أحدث وسائل الإعلام الجديدة الأفضل لتحل محل الصحف والتلفزيون، وتستبدلهما، لاسيما إن وسائل الإعلام القديمة والأحدث- الصحف، والمدونات، والتلفزيون، ومقاطع فيديو يوتيوب- كلها متاحة على نفس الهاتف الذكي أو شاشة الكمبيوتر اللوحي، مما يجعل الانتقال بين وسائل الإعلام القديمة والأحدث، بين التليفزيون ويوتيوب أسهل بكثير.

يوتيوب ليس أحادي – سهل الوصول إليه ومجاني للمشاهدين- إنما مجاني للمنتجين أيضاً

دفع باراك أوباما 5 ملايين دولار لخطاب 30 دقيقة (سيندربراند Sinderbrand وويلز Wells، 2008)، وأذاعته معظم شبكات التلفزيون الرئيسية، وذلك قبل أسبوع من الانتخابات الرئاسية في 2008. ورأى ما يقرب من 33 مليون شخص خطابه (جولد Gold، 2008)، وبالتالي تم إنفاق الأموال جيداً.

ولكن يوتيوب لا يتقاضى شيئا مقابل وضع مقاطع فيديو على موقعه. كما لاحظ جو تريبي Joe Trippi، يستطيع أوباما "تقديم خطبة نصف ساعة على يوتيوب كل سبت، مخاطباً الملايين. لن تمنح شبكات التليفزيون الرئيس ذلك الوقت أسبوعياً أبداً، ولكن ستستمر الصحافة في تغطية ما يقوله على يوتيوب" (فوهي Fouhy، 2008). بالتأكيد لن يحصل مرشح الرئاسة على 30 دقيقة مجانا كل سبت ليتحدث إلى الأمة عبر شبكة التلفزيون، ولكن تريبي لاحظ بذكاء إن ذلك على الأرجح لا يتعين على الرئيس. أصبحت وسائل إعلام البث أكثر حماية لدخلها المكتسب من تأجير وقتها في القرن الحادي والعشرين أكثر مما مضى في أوائل القرن العشرين ، عندما ألقى روزفلت 30 حلقة من "دردشات حول المدفأة" على الجمهور الأمريكي خلال وقت الذروة في الراديو خلال 1933-1944 (دنلوب Dunlop، 1951) .

عُرف تريبي، مؤلف كتاب (الثورة لن تكون متلفزة: الديمقراطية، والإنترنت،

والإطاحة بكل شيء) (2004)، في الولايات المتحدة أولا باعتباره مدير حملة هـوارد ديـن Howard Dean غير الناجحة للترشح عـن الحـزب الـديمقراطي في الانتخابـات الرئاسـية في عـام 2004. يحـكي تريبي عن حملة دين في كتابه ويقيمها. أصبح دين معروفـاً باسـم "مرشـح الإنترنـت"، وكـان تريبـي عقل الإنترنت المدبِّر، ولكن أحدث وسائل الإعلام الجديدة في عام 2004 مختلفة عما كانـت عليـه في عام 2008 و 2012. كانت المدونات مزدهرة في عام 2004، ولكن كان الفيسبوك في مهده وكان قبـل ظهور يوتيوب وتويتر بعام أو اثنين.

أوباما باعتباره فرانكلين روزفلت الجديد في أحدث وسائل الإعلام الجديدة، وكـذلك الصـفقة الجديدة؟

في 24 نوفمبر 2008 ، صوَّر غلاف مجلة التايم باراك أوباما باعتباره فرانكلين روزفلت جديد- الرئيس المنتخب آنذاك - بنظارة، وبذلة رمادية، وقبعـة، جالسـاً في سـيارة، والسـيجارة بـارزة لأعـلى برشاقة - والتعليق يقول "الصفقة الجديدة."

المقارنة، بطبيعة الحال، كانت إن كلا من روزفلت وأوباما تولى المسئولية لأول مرة في خضـم أزمات مالية وكوارث، وخطط أوباما لمشروعات الأشغال العامة- "البنية التحتية" بلغة القرن الحادي والعشرين - لمساعدة الأمريكيين على العودة إلى العمل ووضع أسس لتجارة أكثر كفـاءة ، تمامـا كـما فعل فرانكلين روزفلت في فترة الكساد العظيم في الثلاثينات.

ولكن الإعلان – بعد يوم من نشر غلاف التايم للعامه في 13 نـوفمبر 2008- عـن إن خطـاب أوباما الإذاعي في 15 نوفمبر سيكون متاحاً أيضاً على يوتيوب أظهر إن أوباما كـان يحـاول أن يكـون روزفلت جديداً ليس فقـط في الصـفقة الجديـدة مـن الناحيـة الاقتصـادية ولكـن أيضـا في توظيـف أحدث وسائل الإعلام للتواصل مع الشعب الأمريكي.

وكانت "دردشات حول المدفأة" لـروزفلت تستخدم الوسـيلة الجديـدة لـعصره، الإذاعة، للتوصل المبـاشر مـع الشـعب الأمـيركي، كـما لم يفعـل رئـيس مـن قبـل. فَهِـم روزفلت ومستشاريه مزايا الإذاعة الجديـدة التـي تسـمح لأي شـخص بالتحـدث مـن

خلالها، بما في ذلك الرئيس، ليبدو كما لو كـان يتحـدث إلى الأمـريكيين مبـاشرةً، في غـرف معيشـتهم، ونومهم، أو في أي غرفة فيها جهاز الراديو الخاص بهم. كان تأثير قوي، ولم يسبق له مثيـل، وعميـق. وكثيراً ما قال لي والداي، الذين ترعرعا في فترة الكساد الكبير، كيف إنهـما اعتـبرا روزفلـت نوعـا مـن الأب تقريباً – وهو ما يبدو له مغـزى بالنسـبة لصـوته العميـق الـذي يتحـدث إليـك في مقدسـاتك الداخلية داخل منزلك، إذا كان الاقتصاد ومن ثم الحرب يجعلانك تشعر إنك عاجزا كطفـل تقريبـاً؟ عندما جاءت الحرب العالمية الثانية، كان والداي في أواخر سن المراهقة وأوائـل العشرينـات، وشـعرا بالارتيـاح ولا سـيما بصـوت روزفلـت. شـعرا إنـه طالمـا روزفلـت كـان يتحـدث إلـيهما وإلى جميـع الأمريكيين، فإن البلد سـيكون بخـير. (راجـع ليفنسـون، 1997، الحافـة الناعمـة لمعرفـة المزيـد عـن الإذاعة و روزفلت.)

توقف الأمريكيين عن الاسـتماع إلى الراديـو بطريقـة الخمسـينات، عنـدما أصبح التلفزيـون وسيلة البث السياسية السائدة، وأصبحت الإذاعة وسيلة لموسيقى الروك أند رول بحلول السـتينات، الناس الذين شاهدوا مناظرات كينيدي، ونيكسون على شاشات التلفزيون ظنـوا فـوز كينيـدي، عـلى عكس الذين سمعوا المناظرات في الإذاعة، كما رأينـا سـابقا. للأسـف بالنسـبة لنيكسـون، كـان 87 في المائة من الأسر الأمريكية لـديها تلفزيونـات في منازلهـا بحلـول عـام 1960 (رورك وآخـرون، 2007). وقبل انتخابات 2008 وبعدها كان يوتيوب يحل محل التلفزيـون كوسـيلة سياسـية سـمعية بصريـة سائدة- كما ناقشنا من قبل في الجزء الخاص "بالجاذبية على الويـب Cybergenic"، وهـو مـا يشـير بأي حال من الأحوال إلى إن التلفزيون أصبح غير مهم في السياسـة. عـلى النقـيض، الكثـير مـما عـلى يوتيوب يأتي من التليفزيون.

مع ذلك خطب أوباما على اليوتيوب لم تنجح بنفس قدر "دردشات حول المدفأة" لـروزفلت في الثلاثينات والأربعينات – بالتأكيد ليست كمطلع عام 2012 بالنسبة لأوباما، عنـدما كانـت توقعاتـه لإعادة انتخابه ليست مضمونة بأي وسيلة. كـان روزفلـت أول رئـيس أمـريكي لأربـع فـترات (والأخـير، بسبب حدود الفترة الرئاسية المنصوص عليها في التعديل 22 للدسـتور)؛ في المقابـل أوبامـا اعتبـارا مـن أوائـل عـام 2012، هـو فقـط في ولايتـه الأولى وفقـاً لشـعبيته الـدوارة في اسـتطلاعات الـرأي. تكمـن

أسباب الاستقبالات المختلفة لفرانكلين روزفلت وأوباما فيما هو أكثر مـن وسـائل الإعـلام بالتأكيـد- على سبيل المثال، الحاجة الحالية الفعلية لأغلبية 60 مـن مجلـس الشـيوخ تجعـل مـرور تشريعـات جديدة أكثر صعوبة مما كان عليه في الثلاثينات- ولكن قد لا يكون يوتيـوب مريحـا للمشـاهدين في القرن الحادي والعشرين كما كانت الإذاعة لمستمعيها في الثلاثينات. بدلا من الصوت في المنـزل، و الاطمئنان الأبوي الذي نقلته الإذاعة عن روزفلت، يلعـب يوتيـوب للنـاس عـلى الحركـة، في مجتمـع متحرك، كل شيء فيه ، بما في ذلك كلام الـرئيس والكـونجرس، يخضـع لمسـتويات عاليـة مـن انعـدام الثقة. إذا يسرت أحدث وسائل الإعلام الجديـدة حركـة (احتلـوا وول سـتريت) وعـودة الديمقراطيـة المباشرة، فإن الجانب الآخر من ذلك هـو عـدم الرضـا المقيـد عـن المسـؤولين المنتخبـين مـن جميـع الأطراف. في الواقع ، لم يلعب يوتيوب دورا رئيسيا في توفير تسجيل شاهد عيان مسـتمر للعـالم عـن حركة احتلوا وول ستريت فحسب، ولكن الحاجة التي أطلق عنانهـا يوتيـوب لرؤيـة هـذه الأحـداث كما تحدث أدت إلى المزيد من أحدث وسائل الإعلام الجديدة لبـث الفيـديو المبـاشر مثـل يوسـتريم UStream (الذي تأسس في2007)، والذي يتجـاوز يوتيـوب في كونـه يعـرض أحـدث الأخبـار حرفيـاً (راجع الفصل العاشر للمزيد).

نجوم ومنتجو يوتيوب الهواة

لأن يوتيوب يغذيه أي شخص لديه كاميرا فيديو أوكاميرا هاتف محمول، فإن الناس في الفيـديو- موضوع المقطع- يمكن بسهولة أن يكونوا غير معروفين أو مشـهورين عـلى السـواء. منـتج يوتيـوب مـن الهواة أو غير المعروفين يمكن أن يوجه الكاميرا نحو نفســه أو نفسـها، أوالأصـدقاء، أوالجمهـور العـام، أو المشاهير (لو إنهم قريبون منه) بنفس الإمكانيات تقريبـا. أصـبح كـوني Kony 2012 - فـيلم وثـائقي 30 دقيقة عن عمليات نهب الأوغندي جوزيف كوني- الفيـديو الأسرع نمـوا في عـدد المشـاهدات في تـاريخ يوتيوب خلال مارس 2012، بأكثر من 75 مليون مشاهدة في الأسبوع الأول. عـلى الـرغم مـن أن مخـرج الفيلم جايسون راسيل Jason Russell لديه بعض الخبرة المهنيـة السـابقة – بـاع سـيناريو فـيلم راقـص لستيفن سبيلبرج للمسـاعدة في تمويـل كـوني 2012 (جـرين Green، 2012) – إلا إنـه لم يكـن معـروف

بالتأكيد للعديد من الناس قبل عام 2012. تتوفر في الفيلم الوثائقي ما أصبح بعض معايير الفوز المكونة لمقطع فيديو يوتيوب، بما فيها ابن راسيل البالغ من العمر خمس سنوات، و دعوة لإدانة كوني ونذالته (راجع Vamburkar، 2012، للنقد ، وليفنسون، 2012، "في الدفاع" للدفاع عن الفيلم).

بحلول أبريل 2012، حصلت أغنية جستين بيبر Justin Bieber "بيبي" على أعلى نسبة مشاهدة في جميع الأوقات على موقع يوتيوب أكثر من 725 مليون مشاهدة- وكوني 2012 أكثر من 85 مليون نسمة و"تشارلي عض إصبعي مرة أخرى!" كانت في المركز السادس (كانت في المركز الأول سابقا)، بأكثر من 440 مليون مشاهدة (راجع ماكمانوس MacManus، 2012، للتاريخ). القاسم المشترك بين "بيبي" و"تشارلي" هو إن نجميهما أكتشفا على يوتيوب- بيبر Bieber بأغنيته في عام 2008، وتشارلي وأخوه الأكبر بوالديهما، الذين طرحوا الفيديو في عام 2007. أصبح بيبر Bieber أيقونة البوب في عالم الموسيقى متجاوزا يوتيوب، بينما استمر تشارلي وعائلته في الاستمرار على يوتيوب فحسب. بمقارنة أعداد المشاهدين لكلا نجمي يوتيوب بمشاهدي التلفزيون، كان سوبر بويل Super Bowl"السلطانية السوبر" في عام 2012 الأكثر مشاهدة في تاريخ التلفزيون، جاذباً 111.3 مليون مشاهد،

وهو ما يعني إن الاثنين الهواة (الطفل تشارلي و أخيه الأكبر قليلا) جذبا ما يقرب من أربعة أضعاف عدد مشاهدي العرض الأكثر مشاهدة على شاشات التلفزيون، و بيبر المغني الهاوي الذي تحول إلى محترف لديه ستة أضعاف عدد مشاهدي سوبر بويل للفيديو الرئيسي الخاص به. (ولكن في مثال جيد على تآزر أحدث وسائل الإعلام الجديدة والقديمة، سجلت سوبر بويل أيضاً رقما قياسيا لأكبر عدد من التغريدات في الثانية الواحدة عن حدث باللغة الإنجليزية-10 آلاف و245 تغريدة- راجع Horn، 2012، لمزيد من التفاصيل.) بطبيعة الحال، كان بث سوبر بويل مباشراً، على مدى عدة ساعات، بينما مشاهدات يوتيوب متراكمة على مدى عدة سنوات. وبالتالي فإن المقارنة بين مشاهدي يوتيوب والتلفزيون ليست متكافئة تماما، على الرغم من إنها تظهر إن كلا من يوتيوب والتلفزيون لديه نفس الجمهور الضخم

تقريباً، ولا تحتاج إلى أن تكون نجما لتلعب فيهم. النجاح غير العادي للمطربة غير المعروفة في ذلك الوقت سوزان بويل Susan Boyle في أبريل 2009 ، التي ظهرت لأول مرة على شاشـة التلفزيـون في برنامج بريطانيون لديهم مواهب Britain’s Got Talent ، ولكن مع مقـاطع فيـديو حاصـلة عـلى أكثر من 100 مليون مشاهدة على موقع يوتيوب في غضون شهر من وضعها على الموقع، يقدم مثالا آخر على كلا من قوة يوتيوب على عكس التلفزيون، والعلاقة التكافلية بين هاتين الوسيلتين. جـذبت بويل انتباه العامة من خلال كلا من التليفزيون ويوتيوب.

وفي الوقت نفسه، حصل كريس كروكر Chris Crocker، الذي لم يكن معروف تماماً عنـدما حَمّل أول مقطع فيديو لـه في عـام 2007، عـلى أكـثر مـن 42 مليـون مشـاهدة لمقطعـه المـرح "دع بريتني وشأنها" في يناير 2012. في واقع الأمر فإن مقطع الفيديو الخـاص بـه هـو هجـين مـن عمـل الهواة/ المشاهير، مع منتج أو صانع هاوي قبل عمل الفيديو، ولكـن موضـوع الفيـديو نجمـة كبـيرة (بريتني سبيرز) بالفعل. فيديو "فتاة أوباما" مثال آخر (بن راسيل، منتج غير معروفـة، والفيـديوعن باراك أوباما).

يمثل فيديو"حرب الطعام" مثالا أكثر وضوحاً لكيف إن افتقـار الشـهرة السـابقة لـيس عائقـا أمام النجاح على موقع يوتيوب، مثل تشارلي وأخيه كثيرا، رغم إنه أكثر فنيـة قلـيلا. وصـف يوتيـوب يخبرنا إن الفيديو يقدم لمحة تاريخية موجزة عن الحروب منـذ الحـرب العالميـة الثانيـة مـن وجهـة النظر الأمريكية ، كـما يتضـح مـن خـلال الأطعمـة المعروفـة مـن الـدول المتحاربـة. انـتج الفيـديو، وكتبه،وعمل الرسوم المتحركة له ستيفان ناديلمان Stefan Nadelman، في وقت غير معروف تماماً، كما يقول خط ديلان. وفي الواقع، لا شيء معروف مسبقاً عن فيديو الرسـوم المتحركـة- لا نجـوم، ولا أصوات، رسوم متحركة فحسب. تم تحميله على يوتيوب في فبراير 2008، وحقق أكثر من 3.6 مليون مشاهدة بحلول فبراير 2009، وضعف هذا القدر، أكثر من 7 مليون مشاهدة بحلـول فبرايـر 2012. كيف يمكـن لمثـل هـذا الفيـديو، مهـما كانـت روعتـه، في ظـل الغيـاب الكامـل للنجـوم أن يجـذب ملايـين المشـاهدين؟ شـاهدت "حـرب الطعـام" للمـرة الأولى عنـد صـديق وزميـل لي في جامعـة

فوردهام - أستاذ لانس إستراتي Lance Strate، والذي كان أيضا "صديق" لي على ماي سبيس Myspace – وضعه عندي في تعليق على صفحتي الشخصية على ماي سبيس. مثل هذا الترويج غير المحترف الذي يجسده الآن فيسبوك وتويتر، يمكن أن يكون فعالا تماما مثل حملة دعائية بملايين الدولارات. في الواقع، تنفق معظم شركات العلاقات العامة والدعاية في هذه الأيام الكثير من المال في محاولة لمحاكاة مثل هذا التسويق الشفهي word of mouth، والتسويق في الشارع، والمعروف أيضاً بالترويج عبر وسائل الإعلام الاجتماعي.

أفضل تعريف لهذا هو التسويق الفيروسي، ولا يمكن التنبؤ به، المحرك الترويجي لعصر أحدث وسائل الإعلام الجديدة الناجح بلا حدود. "تشارلي عض أصبعي مرة أخرى!" و"حرب الطعام" هي أمثلة كلاسيكية للانتشار الفيروسي التام لمقطع فيديو على موقع يوتيوب.

الانتشار الفيروسي للفيديو

التسويق الفيروسي، ومقاطع الفيديو الفيروسية- فَيّرسة أي مُنتَج أو نشاط متعلق بالثقافة الشعبية- يدار عبر شخص ما يحب أغنية أو فيديو أو أي شيء على شبكة الإنترنت أو في أماكن أخرى سامحاً لشخص آخر معرفة هذا الولع. عندما يسمح ملايين من الناس لملايين آخرين من الناس معرفة مثل هذا الفيديو، فإنه قد يصبح شعبيا جدا- مثل فيديو مُرَوَّج له عبر وسائل الإعلام والدعاية والإعلان التقليدية وأكثر.

"الفيروسية" أكثر من مجرد "تسويق شفهيword of mouth"، لأن الكلمة الرقمية يمكن أن تصل إلى أي شخص في أي مكان في العالم، ولملايين الناس فوراً، على عكس "التسويق الشفهي" بالأسلوب القديم، والذي يمكن أن يصل إلى الشخص المناسب الموجود إلى جانبك فحسب، أو إلى الشخص الموجود على الطرف الآخر من الاتصال الهاتفي أيام الهاتف الأرضي (في الوقت الحاضر، فإن الهواتف المحمولة والذكية، ولاسيما عندإرسال الرسائل النصية، هي جزء من الاتصال الفيروسي).

ولكن لماذا "فيروسي"؟ في العالم البيولوجي الذي نعيش فيه وتعيش فيه أجسادنا المادية، ينتشر الفيروس عن طريق ركوب أو إصابة الخلية المضيفة؛ في كل

مرة تلك الخلية المضيفة تستنسخ الخلية الجديدة تأخذ قطعة من الفيروس معها. الانتشار الفيروسي للفيديو يفعل المِثل إلى حد كبير، عن طريق إصابة أو ركوب عقل كل مشاهد قد يشاهده. عندما يصبح لهذه العقول منفذ إلى أحدث وسائل الإعلام الجديدة، حيث يمكنهم الحديث عن الفيديو، وضع رابط له، أو حتى تحرير الفيديو، ويمكن أن يصبح الانتشار الفيروسي وبائي. سواء في عالم الأحياء أو الثقافة الشعبية، فإن الفيروس أو الفيديو الفيروسي يبيع نفسه.

كان ريتشارد دوكينز Richard Dawkins أول من طبَّق هذا التشبيه الفيروسي على عقلية الإنسان في بحثه "الميمات Memes[1]" في مقاله "فيروسات العقل" في عام 1991. يصبح البشر مضيفون - سعداء، أو تعساء، أو واعون، أوأياً غير ذلك - للأفكار. والكلمات التي يقولها كل البشر، والكتب، والمقالات التي يكتبها الكُتَّاب، والصحفيون، والآن المدونون، وروابط مقاطع الفيديو وأي شيء يضعه أي شخص على فيسبوك وتويتر، ثم يمضي قدما لنشر هذه الأفكار، وهذه "الميماتmems" إلى الأشخاص الآخرين، تماما كما تنشر الفيروسات موادها الجينية من خلية إلى أخرى، ومثلما يديم الحمض النووي DNA نفسها من خلال تكاثر الكائنات الحية. هنا يلتقط دوكينز ملاحظة صموئيل بتلر Samuel Butler الشهيرة (1878) إن الدجاج هو مجرد وسيلة للبيضة لإنتاج المزيد من البيض - في مخطط دوكينز، الكائنات الحية يستخدمها الحمض النووي آلياً لعمل المزيد من الحمض النووي. قدم دوكينز وجهة النظر هذة عن الحمض النووي لأول مرة في كتابه الخارق (الجين الأناني) الصادر في عام 1976، أي قبل معادلته عن الميمات أو الأفكار المعدية بالفيروسات البيولوجية بنحو 15 عاما. يمكننا القول الآن إن الحمض النووي، والفيروسات، والميمات، ومقاطع الفيديو الفيروسية كلها تعمل بنفس قواعد ركوب المضيف – من أجل الإفادة العامة للمضيف بالحمض النووي، وإضرار المضيف في حالة الفيروسات البيولوجية، والإفادة أو الإضرار تبعا للميم أو الفيديو الفيروسي المحدد.

[1] الميم (meme بالإنجليزية وتلفظ [mi:m] مثل العربية، واللفظ مذكر كما في الفرنسية) لفظ أحدثه عام 1976 البيولوجي ريتشارد داوكنز، ويشير هذا المصطلح إلى "وحدة المعلومات الثقافية" التي يمكن نقلها من عقل لآخر بطريقة مشابهة لانتقال الجينات من فرد لآخر خلال عملية التكاثر حيث تعتبر الجينات وحدة المعلومات الوراثية، سرعان ما ظهر لاحقا علم خاص يدعى علم الميميات يعنى بدراسة هذه الفكرة وتطبيقاتها- المترجم

قبل كتاب دوكينـز "فيروسـات العقـل"، وقبـل ظهـور الإنترنـت مبـاشرةً كحقيقـة كـبرى في الحياة، أصبح تشبيه الفيروس بارزاً في عصر الكمبيوتر من خلال التسمية الشائعة لأنواع معينـة مـن برامج الكمبيوتر المدمرة باسم "فيروسات الكمبيوتر"(اعترف دوكينز بوضوح بمجاز فيروس الكمبيوتر وبنى عليه في بحثه في عام 1991.) والملحقة ببرنامج كومبيوتر أو شفرة برمجية فعلت أو يقال إنهـا تفعل شيئا مفيدا- شيئا ما يريده صاحب الكمبيوتر- بمجرد أن يطلق سراح الفيروس على الكمبيوتر؛ يمحـو الملفـات ويفعـل كـل أنـواع الأشـياء التـي تتـدخل في عمـل المسـتخدم، لدرجـة إغـلاق جهـاز الكمبيوتر. من الواضح إن هذا التشابه الفيروسي لديـه الكثـير مـن القواسـم المشـتركة مـع الفـيروس البيولوجي (أكثر من مجـاز الفـيروس في التسـويق الفـيروسي)، لأن كـلا مـن الفيروسـات البيولوجيـة والكمبيوترية يمكن أن تؤدي إلى انهيار مضيفيها - الأمراض والوفاة المحتملـة في الـبشر والحيوانـات، والعطل وانعدام النفع والقدرة في أجهزة الكمبيوتر.

ومع ذلك أدى هجرة التشابة إلى ميمات الثقافة الشعبية إلى أن أصبحت كلمـة "فـيروس" لا تدل بالضرورة على شيء سيئ. فبالرغم من كل شيء، قد يكون الفيديو الفيروسي مفيداً ومرحـاً مثـل فيديو "حرب الطعـام"-الـذي لم يحـدث أي ضرر لأي مضـيف. (وبغـض النظـر، كـان النمـو المتزايـد والتوسع في استخدام صفة "الفيروسي" فيروسيا، ولكـن لـيس بطريقـة سـلبية دائمـاً، لأن المصـطلح في الواقع يساعدنا في فهم كيفية عمل يوتيـوب، وأحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة، والثقافـة الشـعبية عموما معا بصورة متزايدة في القرن الحادي والعشرين.) ومع ذلك، قد يحدث انتهاك عـلى يوتيـوب من خلال تحميل مقاطع فيديو لضرب بعض الأشخاص أو الحيوانات بالإضـافة إلى أنـواع أخـرى مـن سوء المعاملة من أجل تحقيق الاشباع المنحرف لصانعيها والاستمتاع الشاذ لبعض المشاهدين.

فساد الفيديوهات الفيروسية

العقبـة المصـيرية لكـل الأنظمـة المفتوحـة، والمفاضـلة مـن أجـل الفوائـد الديمقراطية لجميع أحدث وسائل الإعلام الجديدة الجديدة، هي إن النظم المفتوحة يمكن أن تعترف بالخـائنين والسـيئين. في حالـة ويكيبيـديا، والتـي سـوف ندرسـها في

الفصل التالي، والضرر الناجم عن اضطراب الكاتب/المحررين هو في الكلمات في ويكيبيديا - مقالاتها على الانترنت. مثل هذة المثالب تُكتشف بسهولة، ويتم إزالتها، أو تداركها بطريقة أخرى.

مقطع فيديو يصور ضرباً أو "تعذيباً" يمكن إزالته بسهولة من يوتيوب. لكن لأن أشخاص حقيقيون تعرضوا للضرب، فإن الضرر أكبر كثيراً من معلومة خاطئة، وإزالة الفيديو المهين لا يمكن أن يكون له أثر التراجع عن الضرب أو غيره من النهب. والميزة الوحيدة للفيديو الشائع في مثل هذه الحالات هي وجود سجل دائم للجريمة، مما ييسر تقديم الجناة إلى ساحة العدالة. ولكن مع ذلك يظل يوتيوب مفتوحاً على السؤال: هل الثقافة التي صنعها، والتي يمكن فيها لأي شخص أن يكون نجما وفقاً (لأي معيار جاذبية واسعة النطاق) للفيديو الفيروسي الصحيح، تقدم دعوة للأشخاص غير المتوازنين عقليا أو الفارغين أخلاقيا بسهولة جداً؟

هذا هو السؤال الذي يطرح نفسه كلما تم تمكين الناس ككل من خلال تكنولوجيا جديدة. نادرا ما يفتح الجهاز الجديد الشهية لعمل شرير. وأتذكر الأطفال في ملعب مدرستي، يا للأسف، يضربهم المدرسون بما اسموه "الخيزرانة" التي تعود إلى الخمسينات (عندما كنت طالبا، وليس مدرساً بعد). أليس من المرجح إن الناس الذين يلقون الرضع عبر الغرف (راجع أوبراين O'Brien، 2008) والجراء من على المنحدرات (راجع ورثم Wortham، 2008)، فقط لكي يتمكنوا من تصويرها بالفيديو ومشاهدة أنفسهم على يوتيوب، أن يفعلوا أشياء مماثلة في غياب اليوتيوب؟

سوف ندرس الانتهاكات التي تتم عن طريق أو نيابة عن يوتيوب وغيره من أحدث وسائل الإعلام الجديدة بمزيد من التفصيل في الفصل التاسع " الجوانب السلبية من أحدث وسائل الإعلام الجديدة." في الوقت الراهن، قد ندرس أيضا صالون فرهاد مانجو Salon's Farhad Manjoo's في (2008) الذي يعتقد إن "فكرة إن الإنترنت حجَّرَت مشاعر الأطفال تجاه الضرب وإن ماي سبيس أدى إلى ازدياد وحشية المراهقين مشكوك فيها للغاية... رغم الأخبار البارزة، ليس لدينا أي دليل على إن هذا هو الحال، إن البلطجة، والقتال، وهموم المراهقين العامة قد ساءت في عصر ماي

سبيس. أيضاً، ألا يبدو معقولاً إن حوادث صانعة لعناوين الصحف مثل هذة يمكن أن تـردع، بـدلا من أن تستفز العنف في الاطفال؟"

تؤكـد النقطـة الأخـيرة لمـانجو إن الأطفـال في أي سـن عقـلي سـوف يـرون إن الضرب الـذي يميزهم كضاربون، على موقع يوتيوب، سوف يقدم كلا من الدليل القانوني ضدهم والخـزي المسـتمر في المستقبل. وسواء كان هذا من شأنه كبح جماح كل المسيئين المحتمَلين التواقين للدعاية، لا نعرف، ومع ذلـك يمكننـا الافـتراض إنهـم ربمـا يفعلـون شـيئا بائسـا عـاجلا أو آجـلا، مـع أو دون يوتيـوب، ويوتيوب بشكل عام يسهم كثيراً في الصالح العام أكثر من تقويضه له. وسوف نستمر في رصد بعـض تلك التأثيرات المفيدة في هذا الفصل، ولكننا لا ينبغي أن نغفـل عـن الانتهاكـات، ونبقـى دائمـا عـلى اطلاع على طرق لتقليلها أو إزالتها، مع الحفاظ على الفوائد وزيادتها.

ثورة اليوتيوب في الثقافة الشعبية

كان هارولد إنيس (1951)، أحد ملهمي مارشال ماكلوهـان، الـذي كـان أول مـن كتـب عـن كيف إن جميع وسائل الإعلام سواء مقيدة مكانياً أو زمنياً تيسر الاتصال عبر الفضاء أو المسافة (كما في حالة الوثائق المكتوبة المنقولة عبر الطرق الرومانيـة)، وعـبر الـزمن (كـما في حالـة الهيروغليفيـة المنقوشـــة عـــلى الجـــدران)، أو الاثنـــين (الكتـــب المنتجـــة بالطباعـــة). كـــما لاحـــظ ماكلوهـــان (ماكلوهان،1964)، إن التكنولوجيات الجديدة في القـرنين التاسـع عشر والعشريـن واصـلت تسـهيل هذه الأنواع من "امتدادات" إما عبر المكان أو الزمـان عـادةً ، ولـيس كلاهـما في المقـام الأول. وكـان التلغراف والهاتف ملحقات مقيدة فضائياً، في حين كانت الصورة والفونوجراف مقيدين زمنياً.

هنا في قرننا الحـادي والعشريـن، جميـع أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة عـلى حـد سـواء، مقيدين فضائيا وزمنياً نظراً للسرعة (عبر الفضاء) وقابلية استرجاع أي معلومات (عبر الزمن) منقولة على الويب. ولكن يوتيوب، خصوصا، يصنع الاثنين على حد سواء، بامتياز.

وقبل بضع سنوات، كنت أشاهد فيلم وثـائقي لمـارتن سكورسـيزي Martin Scorsese على دي في دي DVD عام 2005 عن بـوب ديـلان Bob Dylan، تائـه

عن الوطن. الفيلم يحتوي على مقطع لديلان وجوان بايز يمثلان فيلم ديلان "مع اللـه في جانبنا With God on Our Side" في مهرجان نيوبورت الشعبي في يوليو 1963. بايز يأخذ بيد ديلان من على خشبة المسرح، ويبدآن الغناء.

بعد الفيلم، بحثت عن بايز و "مع اللـه في جانبنا" على يوتيوب، ووجدت التسجيل الكامل للأغنية في ستوكهولم، بالسويد، في عام 1966. ضَمَنّت فيديو اليوتيوب على موقعي الخاص، InfiniteRegress.tv، وأوصيت به لأشخاص مرشحون للرئاسة – لا سيما سطر في الأغنية يقول "إذا كان اللـه في صالحنا، فأتمنى أن يوقف الحرب القادمة."

وهناك أمثلة كثيرة لمثل هذة الاكتشافات كما توجد فيديوهات لعروض موسيقية على يوتيوب، والذي حول كل جهاز كمبيوتر، وهاتف ذكي، و شاشة كمبيوتر لوحي إلى تليفزيون حسب الطلب تحت تصرفك 24 ساعة - أو كما ربما صاغها إنيس أو ماكلوهان، إنهم عاشوا لرؤية هذا العصر، نافذة ممكن الوصول إليها عبر المكان والزمان.

جيتار روي أوربيسونRoy Orbison

كان ويلبري المسافر Travelling Wilburys- في رأيي ورأي العديد من النقاد والمعجبين (على سبيل المثال ، جيل، 2007)، أفضل فرقة روك مشهورة موجودة على الإطلاق . بوب ديلان Bob Dylan، جورج هاريسون George Harrison ، جيف لين Jeff Lynne، وتوم بيتي Tom Petty، و روي أربيسون Roy Orbison سجلوا تحت هذا الاسم في الفترة 1988-1990. وكانت أفضل أغانيهم المعروفة "تعامل بحذر" و "نهاية الخط".

توفي روي أربيسن في سن الـ 52 في ديسمبر عام 1988. عندما حان موعد تسجيل فيديو "نهاية الخط"، وضعت ويلبري Wilburys جيتار أربيسون الروك في كرسي هزاز في جزء من الأغنية ابتداء من الدقيقة 1 دقيقة 44 ثانية، حيث حمل أوربيسون المقدمة. كما يمكنك أيضا رؤية جيتار الروك في نهاية فيديو "نهاية الخط".(يمكنك قراءة كل شيء عن هذا في مدخل ويكيبيديا عن ويلبري المسافر.)

يمكنك مشاهدة الفيديو وتحيته المنقولة لأربيسون وقتما تشاء على موقع

يوتيوب - في منزلك، أومكتبك، أو أي مكان يتصادف وجودك فيه مع هاتف ذكي أو كمبيوتر لـوحي. وبعبارة أخرى، فقد سرق يوتيوب من الموت بعض معانيه- عـلى الأقـل بقـدر مـا تتعلـق في الثقافـة الشعبية. أصبحت نهاية السطر بالنسبة للثقافة الشعبية السمعية البصرية هي الخلـود عـلى موقـع يوتيوب.

عندما سمعت خبر وفاة ويتني هيوستن Whitney Houston في 11 فبراير 2012، كـان أول شيء فعلته هو مشاهدة أدائها في "سأظل دائمـا أحبـك" مـن فـيلم الحـارس الشـخصي (1992) عـلى موقع يوتيوب. وكان الملايـين يفعلـون الشيء نفسـه في السـنوات السـابقة، ومـن يـدري كـم مليونـا آخرين سوف يفعلون ذلك في المسـتقبل. فعلـت الشيء نفسـه بالنسـبة لفرقـة مـونكيسMonkees وأغنية "أحلام يقظة واثق"، عندما انـدلع نبـأ وفـاة ديفـي جـونز Davy Jones في 29 فبرايـر 2012 (راجع أيضا ليفنسون، 2012، "لماذا المونكيس مهمون").

"جيتاري يبكي رويداً" عبر العصور

روي أربيسون ليس وحده الجيتار المخلـد عـلى يوتيـوب. جـورج هاريسـون (1943-2001)، عضو آخر في (ويلبري المسافر) لم يعد معنا، وأيضا لديه جيتار يعزف عـبر يوتيـوب، بطريقـة توضـح إحدى الخصـائص الأخـرى المميـزة ليوتيـوب: تقـديم تسـجيلات متعـددة، وبفـروق طفيفـة لـنفس الحدث الواقعي أو إصدارات متعددة لنفس الأغنية أو العمل الإبداعي.

يمكن أن تأتي تسجيلات الفروق الطفيفـة لـنفس الحـدث مـن عـدد كبـير مـن الأشـخاص في الحفلات الجماهيرية المباشرة بكاميرات هواتفهم المحمولة وغيرها مـن كـاميرات الفيـديو المحمولـة. كما يمكن أن تأتي التسجيلات المتعددة لنفس الأغنية من العروض المختلفة عبر العصور أيضاً.

لدى يوتيوب ما لا يقل عن دزينة من النُسخ لأغنية جورج هاريسون "بينما ڤيثاري يبكي رويدا"، بدءا بأداء هاريسون في حفل لبنجلاديش في عام 1971، والذي يعرض أيضا لعـزف إريـك كلابتـون Eric Clapton على الجيتار، وينطلق عبر السنوات لأداء إريك كلابتون وبول مكارتني للأغنية في حفل تذكاري لجـورج عـام 2002 ، ولأداء تـوم بيتـي وجيـف لـين (الـذي أفضـله) في عـام 2004 ، وحتـى عمـل

الجيتار المتوهج للأمير، عند تنصيب هاريسون بعد وفاته في قاعة مشاهير روك آند رول بسبب عمله المنفرد.

نشاهد هاريسون يتقدم خلال 20 عاما في هذة الفيديوهات، وكلابتون خلال 30 عاما، مع أغنية خلَّدت مؤلفها بشكل مؤثر. نشاهد مقاطع فيديو بصوت مشوش غير واضحة لقطه "مسربوا التسجيلات " في الحفلات، كما نشاهد أفضل الكليبات المصنوعة للبث التلفزيوني. ونشاهد مكتبة تسجيلات واقعية، نسمع ألبوم مسجل عبر التاريخ، والذي يمكننا الإضافة إليه أو الحذف منه في أي وقت، بما في ذلك إذا تصادف تسجيلنا ذلك- وحتى إضافة مقطع فيديو من صنعنا.

باختصار، نحن نرى جوهر يوتيوب وأحدث وسائل الإعلام الجديدة. يمكننا أيضا أن نرى على يوتيوب حوالي 10 عروض لأغنية جورج هاريسون "كل شيء يجب أن يمر"، بما في ذلك واحدة تغنى بها بول مكارتني بعد وفاة هاريسون. (وهي أفضلهم لدي، إلا إن أداء مكارتني في حفل التذكاري لجورج الذي عُقد في قاعة رويال ألبرت في لندن يوم 29 نوفمبر 2002- بعد سنة من وفاة جورج – تم مسحه من يوتيوب عندما بحثت عليه في نوفمبر 2008. في الواقع، عندما نظرت في قائمتي لأكثر 100 من مقطع موسيقي "مفضل" لدي على يوتيوب في أوائل عام 2012، وجدت إن 7 منهم تم إزالته، بما في ذلك مقاطع فيديو لرولينج ستونز، ديفيد باوي، ولنجورن سليم. كان السبب انتهاك حقوق الطبع والنشر، والتي سوف ندرسها في الجزء الخاص بـ"كعب أخيل يوتيوب" لاحقا في هذا الفصل.)

"كل شيء يجب أن يمر" عن الجودة العابرة لكل شيء، حقائق الحياة المرغوب أو غير المرغوب فيها، حالات الوجود السيئة والجيدة على السواء. كل شيء يجب أن يمر. ولكن من المغري الآن إضافة إلى الكلمات الغنائية المميزة لهاريسون: باستثناء العروض المفقودة في الليل، الملتقطة الآن في الفيديو وإضافتها إلى ما يمكن أن يكون الخلود المشرق ليوتيوب. على الرغم من إن يوتيوب نفسه، كما هو مصمم حاليا، قد يتحول أو يُصنف إلى شيء مختلف، ولا يوجد سبب للافتراض إن مقاطع الفيديو الموجودة حاليا على يوتيوب، ولا سيما الخاصة بفرق مثل البيتلز، وويلبري المسافر،أو أي فنان عظيم معاصر، لن يتم تضمينها في وسيلة ما بعد يوتيوب. وحتى عندما

تتم إزالة فيديو من يوتيوب، يمكن استعادته، وهذة الإزالة لا يمكن أن تمحو الفيديو الذي تم تحميله بالفعل على كومبيوترات المستخدمين، وأجهزتهم من الكومبيوترات اللوحية، والهواتف الذكية. (مع ذلك، راجع إزالة شركة أمازون لرواية جورج أورويل الصادرة عام 1984 من أجهزة كندل Kindel في عام 2009، والتي سنناقشها في الفصل التالي.)

يوتيوب يسترجع MTV

"الفيديو يقتل نجم الراديو"، وفرقة "البجلزThe Buggles" من الموجة الجديدة البريطانية غنت للجميع في عام 1979، مبرة بنجاح فيديوهات الموسيقى على أم تي في MTV الثمانينات وقدمت أول فيديو على شاشة MTV عندما بدأت في عام 1981.

وهنا ما حدث فعلا:

كان تفكير العديد من المراقبين لتوضيح نهاية الراديو لنبدأ بالانتشار الهائل والسريع لأجهزة التلفزيون في الخمسينات. (غلاف نيويوركر الشهير في عام 1955، بيري بارلو Perry Barlow "راديو آخر في قبو البيت" يظهر راديو قابعا بجوار جهاز مشغل اسطوانات يدويا ماركة فيكترولا في زاوية متربة، كما لو كان قطعة أثرية من عهد سحيق. وفي 1951 صورت بالمثل روز كارل في كاريكاتير النيويوركر طفلة صغيرة ووالدتها في قبو بيت، والفتاة الصغيرة تشير إلى الراديو متسائلة "ما هذا يا أمي؟"). وتبنى التلفزيون برامج الراديو الأصلية والناجحة للغاية من المسلسلات، والأخبار.

ولكن الإذاعة لم تختف، بل ازدهرت بدلا من ذلك، وأصبحت الوسيلة الأكثر ربحية، ننفق دولار لنربح آخر. فعل الإذاعة هذا من خلال بث تسجيلات الروك أند رول، التي منحتها لها شركات الكاسيت مجاناً، وأحيانا حتى مع مبالغ من المال (والتي حققت فيها الحكومة الامريكية لاحقا وحاكمتهم، واصفة هذا بـ"الرشوة"). واستغلت الإذاعة قدرة جميع المواد الصوتية لكي تستمع إليها عندما تفعل أشياء أخرى - في حالة الاستماع إلى الراديو أثناء القيادة، والاستيقاظ في الصباح، وهكذا. وبالتالي دفع الروك أند رول وتعدد المهام أعلى 40 إذاعة في الخمسينات والستينات وإذاعة الموجات القصيرة FM في الستينات والسبعينات (راجع ليفنسون، 1997، لمزيد

من التفاصيل).

في الواقع، حوَّل ظهور MTV لأول مرة في أوائل الثمانينات بعض الأضواء من الإذاعة إلى شاشة التلفزيون. ولكن استطاعت MTV بالكاد "قتل" الراديو أو نجم الراديو، وبحلول منتصف التسعينات، كان ظهور الأقراص المدمجة، وحتى ملفات MP3 الأكثر أهمية يقلب حجم الاهتمام والأهمية في الثقافة الشعبية إلى وسائل الإعلام السمعية.

كان هذا هو الوضع عندما فتحت يوتيوب أبوابها الافتراضية في عام 2005. ولكن مقاطع الفيديو والموسيقى المتاحة بسهولة على يوتيوب، من العقود الماضية وحتى الوقت الحالي منحت الفيديو جديدة، فرصة جديدة وممتدة للحياة في الثقافة الشعبية.

الخلاصة: لم يقتل الفيديو نجم الإذاعة في المقام الأول. ولكن يوتيوب جعلت الموسيقى المصورة لاعب رئيسي أكثر مما كان عليه في MTV في الثمانينات - (يوتيوب) مثال على وسيلة من أحدث وسائل الإعلام الجديدة تحل محل وسيلة قديمة جديدة (MTV أو التلفزيون الكابلي).

هل سيتسبب يوتيوب في تعطيل أي تيونز itunes ؟

كما رأينا، تتنافس أحدث وسائل الإعلام الجديدة ليس فقط مع وسائل الإعلام القديمة ولكن مع وسائل الإعلام الجديدة على شبكة الإنترنت، أو وسائل الإعلام على شبكة الإنترنت التي تفرض رسوما على المعلومات الخاصة بها، وتعمل من خلال تحكم صارم في التحرير، وتوظف إجراءات أخرى من وسائل الإعلام القديمة.

إلى متى يمكن أن يظل أي تيونز iTunes، والذي اعتبارا من يناير 2012 أصبح يفرض رسوما قدرها 69 سنتا و 99 سنتا، أو ما نسبته 1.29 دولار للأغنية، على قيد الحياة في المنافسة الحرة مع يوتيوب؟ أي تيونز، وأمازون Amazon.com، والصحف الإلكترونية على الانترنت مثل نيويورك تايمز وصحيفة وول ستريت جورنال التي تتقاضى رسوماً عن الاشتراكات على الإنترنت هي أمثلة كلاسيكية من "وسائل الإعلام الجديدة" على نقيض "أحدث الوسائل الجديدة". تظل وسائل الإعلام القديمة موجودة خارج الإنترنت، بينما وسائل الإعلام الجديدة موجودة على الانترنت

ولكن تختفظ بطرق وسائل الإعلام القديمة في ممارسة الأعمال التجارية. تحتفظ بعض وسائل الإعلام الجديدة بطرق تجارية قديمة أكثر من غيرها. تتقاضى أي تيونز رسوماً (ولكن ليس على التسجيلات الصوتية Podcast)، ولها سيطرة تحريرية صارمة على ما يظهر على صفحاتها. صحيفة هافينجتون بوستThe Huffington Post، والتي يمكن اعتبارها في منتصف المسافة تقريبا بين وسائل الإعلام الجديدة وأحدث الوسائل الجديدة، مجانية ولكنها لا تزال تمارس أساليب حراسة البوابة الإعلامية القديمة الصارمة، أو السيطرة التحريرية. تتعايش أحدث وسائل الإعلام الجديدة مع وسائل الإعلام الجديدة على الإنترنت ولكن تستغن عن جميع قيود وسائل الإعلام القديمة في الدفع والسيطرة التحريرية .

لا يزال أي تيونز يتمتع ببعض مزاياه بالمقارنة مع يوتيوب – أهمها العدد الكبير من الأغاني الذي يقدمه و تنظيمهم السهل. أكثر من 10 مليار أغنية تم تحميلها من أي تيونز اعتبارا من فبراير 2010. جودة الموسيقى المخصصة للبيع على أي تيونز غالباً ما تكون أفضل من صوت معظم، ولكن ليس كل، مقاطع فيديو يوتيوب، ولكن كما أصبحت مقاطع الفيديو عالية الجودة على يوتيوب أكثر انتشارا، فمن المرجح أن يتلاشى هذا الفرق. علاوة على ذلك، إمكانية الوصول إلى يوتيوب ومقاطع الفيديو على أجهزة أي فون iPhone (و أي باد iPads) يجعلها قادرة على المنافسة مع الملفات الصوتية MP3 التي تعمل على أجهزة أي بود iPods، الطريف إن أبل Apple صانعة لكل من أجهزة أي فون وأجهزة أي بود، مما يعني إن أبل نجحت بأي كانت الوسيلة في تفتيت كعكة أحدث وسائل الإعلام الجديدة. ولكن وتيرة تطور وسائل الإعلام سريعة بحيث لا يسعها إلا توليد مزيد من المنافسة حتى بين منتجات من أقسام مختلفة من نفس الشركة.

ربما مثل هذه المخاوف هي ما دفعت أي تيونز إلى القول في أكتوبر 2008 إنها قد تغلق إذا تقاضى الفنانون و منتجو التسجيلات حقوقاً مالية أكبر مقابل بيع أغانيهم على أي تيونز (أحمد، 2008). كان مجلس حقوق الطبع والنشر في واشنطن العاصمة مقتنعاً بأي تيونز ودعم رفضها لرفع الحقوق المالية 9-16 سنتات لكل تنزيل (فريث Frith، 2008).

ولكن، مرة أخرى، أبل قد تفوز في أي حال. إذا تعطل أي تيونز، وستظل أبل على ما يرام مـع أجهزتها من الأي فون و الأي باد ونفاذهم إلى يوتيوب. وفي الوقت نفسه، أي تيـونز في نمـو مسـتمر، كما يتضح من قائمة فرقة البيتلز التي ظهرت على الانترنت أخيراً في نهاية عام 2010.

إلغاء يوتيـوب لمقـاطع لـويس مومفـورد Lewis Mumford وتحويـل مقـاطع الفيـديو إلى سجلات مخطوطة

جسَّد لويس مومفورد(1990-1895) Lewis Mumford اتجاه العديد من نقاد التلفزيـون عندما شبَّة مشاهدة التليفزيـون بـأن تكـون في حالـة "ذهـان شـامل" في كتابـه الصـادر عـام 1970 بنتاجون السلطة (ص 294). وكان اعتراض مومفورد على التلفزيون إنه لا يقدم أي مغزى للماضي أو المستقبل، مما يسمح للمشاهدين بأي حال من الأحـوال أن ينظـروا إلى الـوراء أو يقفـزوا إلى الأمـام عندما يشاهدون مسلسلا تلفزيونيا أو عرض أخبار، كما يمكن للقـراء بسـهولة عنـد قـراءة كتـاب أو صحيفة. بدأت تكنولوجيا أجهزة تسجيل الفيديو في إعطاء المشاهدين بعـض السـيطرة عـلى المـاضي والمستقبل في التلفزيون في أوائل عام 1976. وتوسعت تكنولوجيات تسـجيل الفيـديوالرقمي توسـعا كبيرا في هذة السيطرة من خلال السماح للمستخدمين برمجة التسجيل لحلقات أسابيع مقدما.

ولكن يوتيوب صعدَّت سيطرة المشاهد خطوة هامة عن طريق السماح للناس بمشـاهدة مـا هو موجود على يوتيوب ليس فقـط في أي وقـت ولكـن أيضـا مـن أي مكـان، إذا تصـادف إن لـدى المشاهد هاتف ذكي أو غيره من الأجهزة المحمولة في اليد المتصلة بالإنترنت. وعبر المزج بين يوتيـوب وأجهزة وسائل الإعلام المتنقلة، أصبحت الصورة السمعية البصرية أخيراً تحت سيطرة المشـاهد مثـل سيطرة القاريء على صفحات الكتاب. (راجع كتاب تليفـوني المحمـول: قصـة أكـثر وسـيلة جوالـة في العالم، عام 2004، لتاريخ التجول في وسائل الإعلام، وآثاره الحالية، والفصل السابع من كتاب أحـدث وسائل الإعلام الجديدة لمعرفة المزيد عن تأثير الهواتف الذكية ووسائل الإعلام المحمولة الأخرى على وسائل الإعلام الجديدة على الويب) كان غلو مومفورد غير صحيحا في البداية. ولكـن يوتيـوب نفتـه نفياً حاسماً إلى سقف خطأ فكري سالف.

مكَّن يوتيوب المشاهد من الوصـول إلى مقـاطع الفيـديوعلى الإنترنـت و"قرائتهـا" مثـل نـص مكتوب على الانترنت أو في متناول اليد، مثلما يمكن لقارئ نص مكتوب أن يتوقف عـن قـراءة نـص، أويعود لأجزاء في الخلف، أويتصفح أجزاء في الأمام، أو يعيد قراءة مقطع مرة أخرى، يمكـن لمشـاهد فيديو يوتيوب فعل نفس الشيء مع الصور المتحركة على الشاشة. من وجهة نظر مسـتخدم أحـدث وسائل الإعلام الجديدة، لا يوجد في الواقع فرق كبير بين النص والفيديو على الإنترنـت، سـوى يجـب أن يكون الشخص متعلماً لقراءة نص. يمكننا أن نشبه الأمر بالتالي: نص أو كتاب أو صـحيفة في اليـد هو بالنسبة لأجهزة الفيديو وأقـراص الفيـديو الرقميـة مثـل نـص أو كتـاب عـلى الانترنـت بالنسـبة لفيديو على موقع يوتيوب وغيرها من مواقع الفيديو على الانترنـت. الهـدف أو الغـرض مـن جميـع أحدث وسائل الإعلام الجديدة- أو بتعبير أرسطو، "سببها النهائي" هو- جعل محتواها العـالمي يمكـن الوصول إليه مثل كتاب في اليد.

تيم روسيرت Tim Russert، 1950-2008

جعل يوتيوب أيضا الماضي القريـب لا يُـنسى ويمكـن اسـترجاعه عالميـا. تـيم روسـيرت Tim Russert ، مقدم برنامج لقاء مع الصحافة ورئيس تحرير أخبار واشـنطن NBC ، تـوفي بشـكل غـير متوقع في 13 يونيو 2008. وجرى تغطية القصة طوال ذلك اليوم وخلال معظم عطلة نهاية الأسبوع على الثلاث شبكات الكابل الإخبارية في الولايات المتحدة - MSNBC، CNN، وفوكس نيوز. لعبت يوتيوب دورا مختلفا، بأكثر من 500 مقطـع فيـديو لـتيم روسـيرت مضـافين خـلال 24 سـاعة تاليـة لوفاته. وحصل تقرير توم بروكاو Tom Brokaw عن وفاة روسـيرت أكـثر مـن 700 ألـف مشـاهدة بعد ما يقرب من أربع سنوات.

مسـاهمة يوتيـوب تؤكـد عـلى وجـود اخـتلاف كبـير آخـر بـين وسـائل الإعـلام الجديدة (تليفزيون الكابل) وبـين أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة (يوتيـوب). عـلى الرغم من أن CNN الدولية متاحة في كثير من دول العالم، فقد انتقلت انتقالا مناسباً إلى موضوعات أخرى في الأيام التالية لـوفاة روسيرت (وصول MSNBC وفوكس دولياً أقل بكثير). في المقابل، كانت مقاطع فيـديو روسـيرت عـلى يوتيـوب متاحـة فوريـاً في

كل مكان في العالم، و ستظل متاحة فورياً لسنوات قادمة- أو كما هو مبين سابقا في مناقشة مقاطع الفيديو الموسيقية لـروي أربيسون وجورج هاريسون- إلى الأبد، من حيث المبدأ ما لم تنتهك حقـوق الطبع والنشر.

كعب أخيل يوتيوب: حقوق الطبع والنشر

ما يلي يحدث لكثير من المدونين: تَكتُب تدوينة لطيفة عن أغنية أو حفلة موسيقية تفضـلها - كما فعلتُ في الواقع في يونيو 2008، عـن أداء بـول مكـارتني لأغنيـة جـورج هاريسـون "كـل شيء يجب أن يمر" في حفل عـام 2002 بقاعـة رويـال ألـبرت- وتوضـحها مـع فيـديو للحفـل، مـن خـلال تضمينه من يوتيوب. يبدو هذا عظيما. تضـع وصـلات لتـدوينتك عـلى تـويتر، وفيسـبوك، وريـديت Reddit، وجميع الأماكن المناسبة. تتلقى تعليقات مجاملة. ولكـن بعـد بضـعة أشـهر، تتلقـى أيضـا رسالة بالبريد الالكتروني من قارئ مصاب بخيبة أمل بسبب حصوله على رسـالة مفادهـا إن الفيـديو "لم يعد متاحا".

تتحقق من موقع مدونتك، ثم من يوتيوب، وتتأكد بما يكفي، تجد إن الفيديو تم حذفه مـن يوتيوب، لأنه انتهك "شروط الخدمة" في يوتيـوب - أو بإنجليزيـة أبسـط، أبلـغ شـخص أو شركـة مـا يوتيوب إن الفيديو ينتهك حق المؤلف. لقد سحبت يد وسائل الإعلام القديمة، الذابلة ولكن ليسـت دون سلطة، والمطبقة لحق المؤلف، البساط والمتعة من تحت إبداعك لمدونة وسائل إعـلام جديـدة. أو لنجرب استعارة أخرى، لقد واجهتْ كعب أخيل يوتيوب للتو: تطبيق حق المؤلف.

عيب يوتيوب الوحيد هو أنه على الرغم من الخلود الممكن لأي فيديو عـلى موقعـه، فلـيس هناك ما يضمن إن أي مقطع فيديو معين متاح اليوم سوف يكون يكون موجوداً غدا، أو حتى بعـد خمس دقائق من الآن. الخلود هو ظرف افتراضي، يمكن كسره عمدا في أي وقت. وهو ما يعنـي إنـه لا توجد ضمانه إن أي وصلات للفيديو في أي مكان آخر على شبكة الإنترنـت، أوتضـمينات للفيـديو، سوف تستمر في العمل.

من جهة قطعت شبكة الإنترنت شوطا طويلا لتحقيـق المزيـد مـن الاسـتقرار وحتى الديمومة أكثر من الورق- ما أسميه "القدرة الموثوق بها على تحديـد موقـع" (راجع ليفينسون، "كتـاب في الكتـاب"،1998؛ ليفنسـون، الهـاتف المحمـول، 2004؛

ليفنسون، "سر الثروات"،2007)- عبر "الروابط الثابتة permalinks". ولكن حتى نص وفيديوهات الروابط الثابتة يمكن مسحها، وحساسية يوتيوب لتطبيق حق المؤلف، بالإضافة إلى قرار الشخص الذي يطرح الفيديو في البداية إزالته لأي سبب كان، هو خطوة تراجعية كبيرة لما وراء وسائل الإعلام القديمة. والميزة الكبرى ليوتيوب وأحدث وسائل الإعلام الجديدة التي هي إن أي شخص يمكنه أن يصبح منتجا، تجد قيودها في التأثير العكسي الذي ينبع من نفس السلطة، وتجعل من كل مُنتِج حاذف للمحتوى مُحتمَل.

هناك برمجيات متاحة بسهولة تسمح للمستخدمين بتنزيل مقاطع الفيديو- وليس ربطها أو تضمينها فقط - والنتيجة هي إن هؤلاء المستخدمين يمكنهم تحميل مقاطع الفيديو على صفحات الويب الخاصة بهم، دون اللجوء إلى يوتيوب أو مواقع تخزين ونشر الفيديو الأخرى مثل بليب تي في Blip.tv، ومكافي Metacafe، وفيمو Vimeo ولكن قد يكون هذا انتهاك لحقوق الطبع والنشر أيضا. ورغم إن الانتهاك قد لا يتم اكتشافه أبداً، فإن إمكانيته تبقينا على أحد الخطوط الرئيسية للمعركة بين وسائل الإعلام القديمة والجديدة، من جهة، وبين أحدث وسائل الإعلام الجديدة من جهة أخرى: خط معركة حق الطبع والنشر.

حق الطبع والنشر- حرفيا، الحق في النسخ – بدأ باعتباره حق أو امتياز ملكي في أوروبا، بعد إدخال المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر أعطى الملوك المطابع الحق في عمل نُسَخْ، وبالتالي التحكم في إنتاج المعلومات المكتوبة في ممالكهم . ولكن في عام 1710، سن البرلمان في انجلترا مرسوم آن، الذي جعل حق الطبع والنشر حقاً يطالب به المؤلفون، وتحميه الحكومة بالنيابة عن المؤلفين (راجع كابلان، 1966؛ ليفنسون، 1997).

وهو ما أصبحت عليه حقوق الطبع والنشر اليوم. إنها تحمي مصالح المؤلف بثلاثة طرق. مالك الحقوق يحدد، أياً من كان الذي يمكنه،(1) عمل نسخ من العمل، (2) كسب المال من نسخ العمل، أو (3) استخدام أجزاء من العمل في إبداعات جديدة، ليست من عمل المُبدِع الأصلي.

التفاصيل في ممارسة حق الطبع والنشر معقدة وتطورت. في بداية القرن

العشرين، وكان على المؤلفين المطالبة رسميا بحق الطبع والنشر. بحلول نهاية القرن العشرين، تم قبول حق الطبع والنشر كحق يخص المؤلفين، ومتأصل في تأليف عمل (تسجيل حق الطبع والنشر من خلال الحكومة يجعل تطبيق حق الطبع والنشر أسهل ولكن ليس مطلوبا من أجل تأكيد حق الطبع والنشر للمؤلف). قبل مائة عام، كانت فترة حق الطبع والنشر في الولايات المتحدة 28 عاما، مع إمكانية التجديد لمرة واحدة. حاليا حق الطبع والنشر ممتد طوال حياة المؤلف بالإضافة إلى 75 عاما. (اتفاقية بيرن، التي وقعت عليها الولايات المتحدة و163 دولة أخرى توفر الحماية لحقوق الطبع والنشر طوال حياة المؤلف بالإضافة إلى 50 عاما أخرى. والموقعون أحرار في توفير الحماية لفترة أطول.) "الاستخدام العادل" هو العرف المعتمدة في قانون المحاكم الأمريكية، ويسمح بإدراج أجزاء صغيرة من العمل للاستخدامات التعليمية والمماثلة، من دون الحصول على موافقة من صاحب حقوق الطبع. ولكن كل الحقوق المستمدة من حق الطبع والنشر يمكن تخصيصها، أو بيعها وشرائها.

الشخص الذي يضمِّن مقطع فيديو يوتيوب من إبداع شخص آخر في موقعه على الإنترنت من المرجح إن ليس لديه أي من عوامل حقوق الطبع والنشر السابقة. ملايين التضمينات المزدهرة على الويب – تمت دون أدنى اكتراث بحقوق الطبع والنشر التي تقول يوتيوب نمطيا إنه يجب مراعاتها والالتزام بها- تؤكد من الواقع إن قالب حقوق الطبع والنشر في وسائل الإعلام التقليدية القديمة قد انكسر بلا رجعة في عصر أحدث وسائل الإعلام الجديدة.

الجدل حول قانون SOPA – قانون وقف القرصنة على الإنترنت، المُقدَم في مجلس النواب الأمريكي في أكتوبر 2011، ووُضع على الرف في يناير 2012 بعد اعتراضات على الانترنت، تضمنت إغلاق ويكيبيديا وريديت ليوم واحد (راجع ليفنسون، "هل ويكيبيديا خاطئة؟"، 2012) - يدل على المصاعب التي تواجهها حقوق الطبع والنشر. أراد مؤيدو مشروع القانون منع سرقة الملكية الفكرية على الإنترنت- للأفلام، والموسيقى، وبالذات محتوى يوتيوب. ولكن البنود القوية لمشروع القانون لا تتعلق بمسئولية من قاموا بتحميل المحتويات المقرصنة فقط، ولكن أيضا نظم الانترنت مثل يوتيوب التي أتاحت المحتوى.

ليس مفاجئاً إن استوديوهات هوليوود كانت الأكثر صخباً في تأييد مشروع القانون، ولكن أشارت مواقع الإنترنت- يوتيوب، وفيسبوك، وتويتر، وويكيبيديا من المحركين الرئيسيين لأحدث وسائل الإعلام الجديدة - إلى أن الملاحقة الشرطية لمواقعهم بسبب المحتوى المقرصن سيتسبب في شل عملها. ولاحظ مؤيدو التعديل الأول للدستور، وأنا من بينهم، إن قانون SOPA سينتهك البند الذي يقول إن الكونجرس لا يمكنه عمل "أي قانون. . . يحد من حرية الكلام أو الصحافة". (قانون أخلاقية الاتصالات ألغته المحكمة العليا في عام 1997، كما ذكرنا سابقا في هذا الفصل.)

ولكن هل أُتلفت حقوق الطبع والنشر تماما، أم تستحق بعض أجزائها المحافظة عليها وتطبيقها إذا أمكن على يوتيوب وغيرها من أحدث وسائل الإعلام الجديدة؟ يبدو الحق الأساسي في التحكم في من يمكنه عمل نسخ مفقوداً، وهذا أفضل على الأرجح. ولكن حق صاحب حق الطبع والنشر في مشاركة أي دخل متولد عن العمل- وبالطبع تحديد ما إذا كان شخص آخر أو شركة أخرى يمكنها كسب المال من العمل - يبدو حقاً معقولا يستحق الحفاظ عليه.فضلا عن إن نظراً لأن الدخل يمكن تعقبه بسهولة أكثر من التضمينات الموضوعة على صفحة ويب، فإن هذا الجانب التجاري لحق الطبع والنشر ليس مستحيل أو حتى صعب التطبيق.

الانتحال أيضا يستحق المنع والعقاب. وهو في أسوأ أشكاله، أن يأخذ المنتحل العمل الذي أبدعه شخص آخر ولا يمرره فقط كأنه ملكه إنما يسعى لتحقيق دخل منه. هنا الويب ليست أفضل صديق للمنتحل. إنما النفاذ العالمي الذي يجعل كل شيء متاحا للجميع على الشبكة يعني إنه، عاجلا أو آجلا، سيمر شخص مطلع على العمل الأصلي على النسخة المنتحلة وسيبلغ المؤلف الأصلي أو صاحب حق الطبع والنشر الحالي بالانتحال.

خلاصة القول هي أن نشر نسخ من العمل، سواء كانت ملفات تسجيل صوتي MP3، أو مقطع فيديو يوتيوب، من المستحيل منعه في مجال أحدث وسائل الإعلام الجديدة، وربما ينبغي عدم منعه، ما لم يكن المال المتحقق من النشر أو العمل مُنتحَل (ادعاء ابداع المؤلف للعمل الأصلي)، وفي هذه الحالة ينبغي الدفع للمبدع و/أو

ووقف النشر، إذا أمكن.

من الناحية العملية، محاولة الاتحـاد الأمـريكي لصـناعة التسـجيلات (ريـا RIAA's) لمنـع نشر ملفـات MP3 بغـرض التبـادل فحسـب ولـيس لكسـب المـال لـن تـنجح عـلى المـدى البعيـد (راجـع ماردرMarde، 2007، وليفنسون Levinson، 2007 ، و"الشرعية المشـوهة للاتحـاد الأمـريكي لصـناعة التسجيلات"، لمناقشة كيف اسـتعدى الاتحـاد قطاعـات مـن الجمهـور المحـب للموسـيقى). ولا حتـى سـتنجح الاسوشـيتد بـرس (AP) في محاولتهـا لطلـب الـدفع مقابـل نشر مقتطفـات مـن موادهـا في المدونات المجانية (راجع ليزا Liza،2008). كما إنه بالنسبة لمستقبل حق الطبع والـنشر، فمـن المـرجح أن يتطور إلى شيء أقرب إلى رخصة "المشاع الإبداعي"، والتي يحدد فيها المبدع نوع الحقوق الممنوحـة للعالم بأسره- على سبيل المثال، حق الطبع ولكن ليس تجاريا (راجع creativecommons.org).

تتفق "حيادية الشبكة Net neutrality" والأنظمة "مفتوحـة المصـدر open source" مـع مدخل ما بعد جوتنبرج، وما بعد ماركوني - أو ما بعد وسائل الإعـلام القديمـة- في الملكيـة الفكريـة. تريد حيادية الشبكة البنية أو أنظمة التشـغيل الرقميـة والبرمجيـات الصـغيرةWidgets للويـب أن تكون صالحة للاستخدام بالكامل لأي نظام كمبيـوتر شخصـية ، بمـا في ذلـك الأنظمـة غـير مسـجلة الملكية الفكرية، والأنظمة غير التجارية، أو تلك التي قد تنفـذ إلى الإنترنـت مـع بـرامج أخـرى غـير مايكروسوفت أو أبل، أو غير محمية بموجب حق الطبع والنشر، وبراءات الاختراع. تسـمح الأنظمـة مفتوحة المصدر لأي شخص معرفة الشفرة التي تجعل صفحة ويـب تعمـل بالطريقـة التـي عليهـا. يمكن للمشاهد حينئذ التقاط واستخدام هذة الشفرة لإنشاء صفحات جديدة. يمنح كـلا مـن حيـاد الشبكة ومداخل المصدر المفتوح، والتي لم تتحقـق وتُنفَـذ عالميـا بعـد، الهـواة، ومنشـئي صـفحات الويب ومبرمجيها غير المهنيين، أي تقريباً الجميع، نفس إمكانيات المُنتِج التي تمنحها أحدث وسـائل الإعـلام الجديـدة لجميـع القـراء، والمسـتمعين، والمشـاهدين. أو يمكننـا القـول إن الغـرض مـن حياديـة الشـبكة والمصـادر المفتوحـة بالنسـبة لبنيـة أو هيكـل أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة، مثـل يوتيـوب وكـل الوسـائل الأخـرى التـي ندرسـها في هـذا الكتـاب، هـو مـن أجـل محتـوى

أحدث وسائل الإعلام الجديدة، وإنتاج واستقبال هذا المحتوى.

التعليقات كمؤكد على يوتيوب : فرقة فليتوودز The Fleetwoods

كما هـو الحـال مـع جميـع أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة، و الـدعوة المفتوحـة للجميـع لتحميل مقاطع الفيديو على يوتيوب يعني إن بعض المعلومات التي ترافق هذه المقاطع - الوصـف الموجز لما في الشاشات الصغيرة، حتى العناوين - يمكن أن تكون خاطئة عن قصد أو عن غير قصـد. توفر التعليقات النصية والفيديوية، التي يمكن أن يكون أي شخص كتبهـا أو حَمَلّهـا (إذا كـان رافـع الفيديو الأصلي يسمح بهذا الخيار)، آلية لتصحيح مثل هـذه الأخطـاء، تماما كـما تفعـل التعليقـات النصية في المدونات.

بالأخذ في الاعتبار حالة فليتوودزFleetwoods. كان لثلاثي كاليفورنيا ألبومان ناجحان نجاحاً ضخماً في الخمسينات هما "تعال لي بهـدوء" و "السـيد أزرق"، واللـذان أظهـرا غنـاء شـجيا وتنـاغما جميلا. كانت الفرقة غير عادية في عضويتها، وتتألف من مطرب ومطربتين: جـاري تروكسـيل Gary Troxel، جريتشـن كريسـتوفر Gretchen Christopher، وبـاربرا إلـيسBarbara Ellis. يوتيـوب لديها فيديو قديم رائع للفرقة وهي تغنـي "تعـال لي بهـدوء" عـلى المسرح الأمـريكي في عـام 1959. (أتذكر فعليا رؤية ذلك، بتقديم ديك كلارك و كل شيء، عندما كنت طفلا).

لدى يوتيوب أيضاً نصف دزينة من مقاطع الفيديو الأخـرى لفرقـة فيتـوودز Fleetwoods ، بمـا في ذلـك العـروض في أغسـطس 2007 عـلى برنـامج تلفزيـوني خـاص، وفي نـوفمبر 2007 في لاس فيجاس. ولكن بفحص أدق، هذان العرضان ليسا للفرقة الأصلية. مازال جاري تروكسيل يقود الغنـاء الشجي في البرنامج التلفزيوني ولكن مع امرأتين أخرتين. وجريتشـن كريسـتوفر هـي العضـو الأصـلي الوحيد من الفرقة في عرض لاس فيجاس.

ولكن كيف يمكن لشخص يشاهد مقاطع الفيديو هـذة معرفـة ذلـك؟ لـيس من العناوين أو الأوصاف التي تعطي فقط اسم الفرقـة، والأغنيـة، والأمـاكن التـي يجري فيهـا العـرض. لحسـن الحـظ، توضـح التعليقـات، التـي يكتبهـا المشـاهدون

الأذكياء، التفاصيل.

بالطبع، لا توجد ضمانة إن أي تعليقات على الفيديو أو كلها قد تحتوي على معلومات مضللة سيتوفر لها تصويبات دقيقة. ولكن قدرتها على فعل ذلك -الاستفادة من المعرفة العامة لملايين مشاهدي يوتيوب- هو مثال على جودة التصحيح الذاتي الذي تتمتع به أحدث وسائل الإعلام الجديدة، والتي سوف نرى أهميتها الأكبر في ويكيبيديا، التي سندرسها في الفصل التالي.

وأضاف يوتيوب أيضاً خيار "حاشية تفسيرية" في عام 2008، والتي تسمح لمن يحملون مقاطع فيديوإدراج عبارات نصية وجيزة (حواشي تفسيرية) إلى الفيديو، في أي وقت. هذا يمكن أيضا أن يساعد على توضيح مَنْ وماذا موجود في الفيديو.

قناة البابا

حمل يناير 2009 خبر "إطلاق البابا بنديكتوس السادس عشر له قناة مخصصة له على موقع مشاركة الفيديو الشهير ، يوتيوب" (بي بي سي، 2009). ولاحظت مقاله لاحقة لأسوشيتد برس (وينفيلد Winfield، 2009) إن "البابا انضم إلى الرئيس باراك أوباما، الذي أطلق قناة البيت الأبيض في يوم تنصيبه الرسمي، وكذلك الملكة إليزابيث، التي أطلقت قناتها الملكية على يوتيوب في ديسمبر 2007". ضمت قناة الفاتيكان، كما تُسمى رسميا، أكثر من 1300 مقطع فيديو و36 ألف مشترك اعتبارا من يناير 2012.

وفقا لوينفيلد، تبني الفاتيكان لما نسميه أحدث وسائل الإعلام الجديدة هو بأي حال من الأحوال معفي من الجدل. من جهة، "في رسالته السنوية بمناسبة اليوم العالمي للاتصال، أشاد بنديكت بفوائد مواقع الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك وماي سبيس في إقامة الصداقة والتفاهم. باعتبارها 'هدية للبشرية'"، ومن ناحية أخرى، "كما حذر-البابا- من أن العلاقات الاجتماعية الافتراضية لها مخاطرها، قائلا إن 'الهوس' بالتواصل عبر الإنترنت قد يعزل الناس عن التفاعل الاجتماعي الحقيقي ويوسع الفجوة الرقمية عن طريق زيادة تهميش الناس". كررالبابا البابا بنديكت السادس عشر هذا التحليل الجدلي ووسعه في عام 2012 -هذه المرة عن تويتر- ملاحظا أن "في عبارات موجزة، وغالبا لا تزيد عن آية من الكتاب المقدس،

الأفكار العميقة يمكن توصيلها، ما دام أولئك الذين يشاركون في الحوار لا يهملون في تهذيب حياتهم الداخلية الخاصة" (منقولة في Golijan، 2012).

كما رأينا سابقا في "فساد الفيديوهات الفيروسي" وكما سنرى بمزيد من التفصيل في الفصل التاسع " الجوانب السلبية من أحدث وسائل الإعلام الجديدة"، لوسائل الإعلام الاجتماعية أخطارها بالتأكيد، بدايةً من التعقب عبر الإنترنت cyberstalking والتسلط عبر الإنترنت cyberbullying وحتى استخدام الإرهابيين. ولكن المخاوف من أن تحل وسائل الاعلام الاجتماعية محل تفاعلات الحياة الواقعية، وتعزل الناس عن الاتصال الشخصي وعن حياتهم الأعمق لا يثيرها وسائل الإعلام الجديدة وأحدث وسائل الإعلام الجديدة فحسب، وإنما قديمة قدم ظهور الصور المتحركة في أوائل القرن العشرين (ماكيفرMcKeever، 1910)، وهي أساس القلق حول "دود الكتب"، أو الأشخاص الذين يقضون وقتاً طويلاً في قراءة الكتب ووقتاًغير كاف في عالم اللحم والدم "الواقعي" (راجع ليفنسون، عام 2003، للمزيد عن العلاقة بين التفاعل الافتراضي والمادي). ليس فقط لا يوجد دليل على أي أثر ضار من هذا القبيل، ولكن استخدام تويتر وغيره من أحدث وسائل الإعلام الجديدة لحشد الناس معا في مجموعات صغيرة و كبيرة في الربيع العربي و حركة احتلوا وول ستريت في عام 2011 يدحض أيضا الافتراض القائل إن وسائل الاعلام الاجتماعية تقف حجر عثرة في طريق المقابلات والتفاعلات الحياتية الواقعية،أو تُلهي عن ملاحقة المخاوف العميقة. كما يدحض الربيع العربي وحركة احتلوا وول ستريت بالمثل فكرة ازدهار "الفجوة الرقمية"، التي تُمنع فيها الفئات ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض من عملية الانترنت. يوتيوب، وفيسبوك، وتويتر، وويكيبيديا، وجميع أحدث وسائل الإعلام الجديدة هي، بعد كل شيء، مجانية، ومعظمها متاح عن طريق أي نوع من أجهزة الكمبيوتر أو الهاتف الذكي ، بما فيها الموديلات الأقدم الأقل تكلفة.

بالطبع كان استقبال الكنيسة الكاثوليكية الرومانية لوسائل إعلام العصر الجديدة متفاوتاً على الأقل بقدر ما يعود إلى دخول الطباعة إلى أوروبا في منتصف القرن الخامس عشر. رغم اعتبار الكتابة "تبشيرية القلم"، فإن الكلمة المطبوعة اشتبه

فيها بعض آباء الكنيسة باعتبارها انحطاطاً للمخطوطة المكتوبة، والتـي كـان يعتقـد إن اليـد التـي كتبتها ترشدها الروح (راجع آيزنشتاين Eisenstein، 1979، للمزيد). وللمفارقة أكد اعتماد الاصـلاح البروتستانتي في عام 1519 على طبع الكتاب المقدس – شجع لوثر الناس على قراءة الكتاب المقـدس لأنفسهم، وهو ما لم يكـن ممكنـا مـن دون الإنتـاج الضـخم للأناجيـل المطبوعـة- اهـتمام الكنيسـة بالطباعة (راجع ليفنسون، 1997)، ولكن اليسوعية المضـادة للإصـلاح سـارعت إلى الاعـتراف بقيمـة الطباعة التربوية والدعائية. في النصف الثاني من القرن العشرين، كانت الكنيسة بطيئة نوعاً ما مـرة أخرى في إدراك قوة التلفزيون، ولكن مجلس الفاتيكان الثاني 1962-1965 صـحح ذلـك. مثـل تأييـد اليسوعيين الطباعة وتقدير الفاتيكان الثاني لأحد وسائل إعلام الاتجاه الواحد الجماهيري الإلكترونية، توضح قناة يوتيوب البابا بنـديكت السـادس عشر أنـه رغـم الهـواجس الكنسـية غـير المـبررة، فمـن الصحيح إن من أجـل نشر تعاليمهـا نشراً فعـالا في القـرن الحـادي والعشريـن؛ تحتـاج الكنيسـة إلى الاستفادة من أحدث وسائل إعلام عصرنـا الجديـدة - في حالـة يوتيـوب، القـدرة عـلى عـرض رسـالة فيديو في أي وقت وأي مكان في العالم، أينما رغب أي شخص.

يوتيوب كمحرر للمعلومات الدولية

تماما كما إن يوتيوب متوفر في أمريكا لكل مـن رؤسـاء الـدول والنـاس في الشـارع عـلى حـد سواء، ولكل من المستهلكين والمنتجين، لذا، فهو أيضا متاح دوليا لأكثر من ملكة إنجلترا والبابا.

يوليا جولوبوكوفا Yulia Golobokova، طـالبتي السـابقة، في أواخـر عشريناتهـا الآن. ولدت في الاتحاد السوفيتي وهي مواطنـة في روسـيا حاليـاً. في ديسـمبر 2008، كـان الاجـتماع الأخير لطلابي خريجي فصل الخريف الدراسي في مـادة "منـاهج البحـث الإعلامـي" في جامعـة فوردهام- قدمت يوليا ملخص 10 دقائق لمشروعها النهائي، وهو مقترح لبحث بعض الجوانـب في وسائل الإعـلام أو الاتصـالات. كـان موضـوعها هـو يوتيـوب. مـن بـين النقـاط الهامـة التـي قدمتها، وكثير منها قدمتها في الفصل الدراسي وناقشتها في هذا الفصل، هي تلك النقطـة التـي شد ما لفتت نظري: إن يوتيوب مكنها من معرفة ما يجري في العالم، معرفـة الحقيقـة، عنـدما

كانت تعيش في موسكو. على النقيض من التليفزيون في بلدها، يوتيوب لا تسيطر عليه حكومتها .

جمال يوتيوب هو أنه لا تسيطر عليه أي حكومة- لا الأميركية ولا الروسية- كنت أعرف ذلك مسبقا، ومن السهل اعتباره أمرا مفروغا منه، ولكن قيمة يوتيوب –وبالطبع أحدث وسائل الإعلام الجديدة جميعها- بالنسبة إلى العالم بأسره وضحت لي وأصبحت أهم من نقطة نظرية تتحدث عنها طالبة من روسيا تقف في فصلي.

قابلت يوليا للمرة الأولى في سبتمبر 2008 عندما دخلت مكتبي، قبل بضعة أيام من فصلنا الدراسي الأول، وقدمت نفسها. قائلة كيف كانت سعيدة لمقابلتي وإنني بدوت كما كانت تتوقع تماما. سألتها "كيف ذلك؟"، مندهشاً من كيف ولماذا كان لديها بعض التوقعات عما أبدو عليه. أجابت يوليا "رأيت مقاطع الفيديو الخاصة بك في موسكو كثيراً على يوتيوب"، في عالم أحدث وسائل الإعلام الجديدة ليس هناك فرق بين شاشة الكمبيوتر في نيويورك وموسكو - إنها على مسافة واحدة من يوتيوب.

بطبيعة الحال، يمكن للحكومات محاولة حظر يوتيوب، كما فعلت باكستان لمدة ساعتين على الأقل في فبراير 2008 بسبب "المحتوى المعادية للإسلام" (مالكين Malkin،2008). ويبدو إن الحظر تسبب في مشاكل في خدمة يوتيوب في جميع أنحاء العالم، موضحاً إن النظام أبعد ما يكون عن الحصانة وفي الواقع مترابط مع جميع أنواع الأنظمة والخوادم الأخرى ومعتمد عليها تبادلياً وبالتالي من المرجح إن الروابط ضعيفة أو غير حصينة ، كما في حالة أحدث وسائل الإعلام الجديدة جميعها. رفعت باكستان الحظر عندما علمت إن "بروتوكولات الإنترنت الخاطئة" الخاصة بها تسببت في مشاكل خارج باكستان.

لحسن الحظ، سجلت محاولات الحكومات الديكتاتورية لتنظيم وسائل الإعلام نجاحا ضعيفاً، كالذي لاقته ألمانيا النازية في مواجهة حركة "الزهور البيضاء" المُصوِرة ضد النازية (دمباش Dumbach، ونيوبورن Newborn، 1986) واكتشف الاتحاد السوفيتي مع "فيديوهات ساميزداتsamizdat" في الثمانينات

(ليفنسون، 1992). راجع الجدول الزمني في الفصل السابق في جزء "إيران" لسجل كامل من الأنظمة الشمولية المعادية لوسائل الإعلام الثورية في القرنين العشرين والحادي والعشرين.

مقاومة السلطات، سواء في الحكومة أو وسائل الإعلام، لم يكن أسهل أبداً في عصرنا من يوتيوب وأحدث وسائل الإعلام الجديدة. في الفصل التالي سوف نرصد كيف أطاحت ويكيبيديا بطغيان الخبير، على الأقل حتى الآن من حيث المعلومات والحكمة التي نتوقع أن نجدها في موسوعة.

الفصل الخامس

ويكيبيديا Wikipedia

جئنا من تقليد إنه لابد من تأكيد المعرفة، والسماح بها، والموافقة عليها من خلال خبراء قبل السماح لها بالوصول إلينا. وسواء كانوا رجال ديـن أو أسـاتذة جـامعيين، أو رؤسـاء تحريـر صـحف، فالتأثير واحد: يجب أن يمنح المتخصصون المعرفة ويعتبرونها مقبولة، قبل أن تصـل إلى عيـون وآذان الناس في العالم بأسره. بطبيعة الحال، يمكن لأي شخص في أي مكان رؤيـة وسـماع واكتشـاف جميـع أنـواع المعـارف، والمعلومـات، والحقـائق، والأكاذيـب. ولكـن تقاليـدنا، المشـتركة في الغـرب والشرق وجميع الثقافات بين البينين، مع جـذور عميقـة في العـالم القـديم، تتطلـب أن تحـوز المعرفـة عـلى رخصة أو ختم الموافقة من الخبراء، لكي يتم اعتبارها تستحق الدراسة والنشر الأوسع.

قبل أن نسخر من هذا التدقيق، ينبغي علينا أن نفهم منطقه. نظراً لأنـه مـن السـهل صـنع ونشر الأكاذيب مثل الحقائق فقد تغرقنا مثل هذه الأكاذيب، إن لم يكن حراس ينظمون بعنايـة مـا يمكن أن يصل إلينا.

مـن ناحيـة أخـرى، لـيس مـن عقلانيتنـا فصـل الحقـائق عـن الأكاذيـب، والافـتراءات، والتشويهات، والاعتراف بالحقيقة في مجال مزدحم؟ بالتأكيد اعتقد جون John Milton ميلتون ذلك. في كتابه أرياباجوتيكا Areopagetica المنشور في عام 1644، قال ميلتون إن يجب السماح بمواجهة الحقيقة للزيف دون قيود في سوق الأفكار. كان ميلتون على ثقـة إن الحقيقـة لـن يـتم الاعـتراف بهـا، مـا لم تحفـظ الرقابـة بالصـدفة أو غـير ذلـك بعـض الحقيقـة مـن دخـول هـذه المسـابقة وبالتـالي تشـوهت النتـائج. وافـق تومـاس جيفرسـون Thomas Jefferson مخلصـاً، وهو السبب في إنه ومن لهم نفـس الـرأي مـن الآبـاء المؤسسـين مـن ولايـة فرجينيـا أصروا عـلى

التعـديل الأول لدسـتورنا: "لا يجـوز للكـونجرس أن يسـن قانونـا... يحـد مـن حريـة التعبـير، أو الصحافة". (راجع أيضا برسيفال Percival، 2012، لمختصر عن السلطة العقلانية.)

لم تكن مجالس الخبراء التي حـددت مـا دخـل الموسـوعات السـابقة عـلى ويكيبيـديا رقابـة حكومية بالتأكيد أو انتهاكاً للتعديل الأول في الدستور بأي طريقة. لكنها مع ذلك جسدت ومارسـت نوعا من الرقابة، أوحراسة البوابة، التي منعـت النـاس ككـل مـن تحديـد حقيقـة أو زيـف تصريـح واقعي، أو السؤال الأكثر تعقيدا عن أهميته النسبية.

ويكيبيديا، التي أطلقها على الإنترنت في يناير عام 2001 جيمي ويلـز Jimmy Wales ولاري سانجرLarry Sanger – لايزال ويلز يلعـب دورا مهيمنـا في إدارة ويكيبيـديا- وبحلـول ينـاير 2012 كان ما يقرب من 4 ملايين مقالـة مكتوبـة باللغـة الإنجليزيـة (مـن أصـل 20 مليـون مقالـة في 283 إصدارات لغوية مختلفة)، أطاحت بسيطرة خبراء الملك الفيلسوف. لم يكتب خبير معين أيا من تلـك المقالات- أو، إذا كان خبراء قد كتبوا المقالات، فإن المعرفة المتجسـدة في كتـابتهم ويكيبيـديا ليسـت خبرتهم الرسمية، إنما ما قرروا أن يبقى من تلك المواد.

بريكليس Pericles ومخللات Pickles

رغم إن أي شـخص تقريبـاً يمكـن أن يكتـب ويعـدل في مـدخلات ويكيبيـديا (وتشـير "تقريبا" للأشخاص المحظورين، والذين سنناقشهم بالتفصيل في الجزء الخـاص "جميـع كُتـاب ويكيبيديا على قدم المساواة، ولكن بعضهم أكثر مساواة من الآخرين" لاحقا في هذا الفصـل). لا شيء من عوامل العمر، والتعليم، والمكان يحدث فرقا، أو من المفـترض أن يحـدث فرقـا، في ويكيبيديا. حتى نية المساعدة في كتابة أي مُشاركة أو النية المناقضة- تدميرها- لاتصنع فرقـاً، في البداية. وبالتالي، المشاركات في ويكيبيديا تعج بعمـل المخـادعين –الـذين يقـدمون أخطـاء عمدا. وتلك يصححها القراء/المحررون بسرعة (القراء والمحـررون هـم نفـس الأشـخاص عـلى ويكيبيديا). في الواقع، هناك حرب تشن باستمرار على ويكيبيديا بين أولئـك الـذين يحـاولون جعل المشاركات صادقة والمحافظة عليها، وبين الذين يسـعون لتعطيـل هـذة العمليـة بـأي

شكل.

مثلي المفضل، لأنه تافه جداً لكنه مفيد، يأتي من بضع سنوات مضت، عندما شكلت نبذة لمشاركة عن بيركليس[2] Pericles الصفحة الأولى من ويكيبيديا (الصفحة الأولى يسيطر عليها المديرون – راجع الجزء الخاص"جميع المشاركين في ويكيبيديا متساوون"). كان هناك في السطر الأول من المشاركة خطأ هجائي في الكلمة حولها إلى بيرقليس- Perikles بدلا من بيركليسPericles. عندما سجلت الدخول إلى تلك الصفحة، لاحظت على الفور إن الكلمة غيرَّها أحد المخربين المجهولين إلى مخللات Pickles. فغيرتها مرة أخرى إلى بيرقليس Perikles (في تلك الأيام، بشرود ذهن لم أستخدم حتى حسابي في ويكيبيديا- فكنت أيضا مستخدم مجهول، ببرتكول إنترنت IP فقط، أو عنوان إنترنت رقمي). كنت مخرب آخر (أو على الأقل شخص لديه عنوان برتكول إنترنت رقمي IP يختلف عن المخرب الأول). وسرعان ما تغيرت بيرقليس Perikles إلى مخللات، واستمرت معركة المخلل بين مقاتلين مختلفين لبضع ساعات على الأقل.

بالطبع، تنشب معارك أكثر خطورة من هذا النوع يوميا، حتى على مدار الساعة، على ويكيبيديا بشأن الاغتيالات من الشخصيات العامة والمشاهير، والافتراءات (لاستخدام ذلك المصطلح العظيم من القرن الثامن عشر)، ومعلومات مضللة أخرى منشورة حول المرشحين السياسيين. وصف باراك أوباما زورا بأنه مسلم كان من بين أكثر التحريفات شيوعاً في ويكيبيديا في عام 2008. في جميع الحالات، سواء تافهة أوعميقة، الديناميات هي نفسها: جيوش من الضوء، أو أنظمة المناعة، أو رجال شرطة طيبون- أياً كان المجاز الذي يروق لك- يقاتلون جيوش الظلام، أو العدوى التي تصيب ويكيبيديا، أو لصوص الحقيقة.

قد تكون المقارنة الطبية أفضل لإبراز الفرق بين الموسوعات المدفوعة بالخبراء وحراس البوابة مثل الموسوعة البريطانية القيمة وبين الموسوعات المدفوعة بذكاء الجماهير مثل ويكيبيديا. في النظام المدفوع بالخبراء، الأشخاص الذين يمكنهم الكتابة هم فقط أولئك الذين تم اعتمادهم باعتبارهم خاليين من الخبث العقلي

[2] بيركليس Pericles: سياسي يوناني أثيني أشرف على أثينا قديما- المترجم

أو أوجه القصور الأخرى. بينما في النظام المدفوع بالناس، لأن أي شخص يمكنه الكتابة، فإن جميع القراء/المحررين بمثابة أجسام مضادة لتصحيح العدوى –المعلومات المزيفة- المقدمة من الجراثيم الضارة. ولكن المعركة في ويكيبيديا أكثر تعقيدا.

المضيفون مقابل الحاذفون: معركة بين أبطال ويكيبيديا

كانت الحياة ستكون أسهل إذا كانت المعارك بين الأبطال والأشرار هي النوع الوحيد الذي يواجه عالمنا. ولكن، في الواقع، غالباً ما تندلع المعارك - أو على الأقل الخلافات- في صفوف المدافعين عن الحقيقة.

في ويكيبيديا، تنشب معركة باستمرار بين نوعين من القراء/ المحررين، ويحاول كلاهما جعل الموسوعة على الإنترنت أفضل ما يمكن أن يكون. كلهما يبذل قصارى جهده للقضاء على التخريب أينما يرونه. ولكن معركتهم ليست في المقام الأول مع التخريب ولكن مع أي نوع من المعلومات الصادقة ينبغي السماح بها في ويكيبيديا. معركتهم بالتالي ليست عن الحقيقة بل عن الأهمية والجدارة لكي يتم تضمينها في الموسوعة.

كما تشير أسمائهم –أسماء تروج بفخر بواسطة الفصيلين نفسهما- الحاذفون أو المستبعدون الذين يريدون الحد من المساهمات على ويكيبيديا، في حين أن المضيفين يريدون الاحتفاظ بالمساهمات وتوسيعها. ولكن هناك مسافة كبيرة بين ألا يكون هناك أي مساهمات على الإطلاق (وهو ما لا يريده المستبعدون بالطبع) وبين أي شيء صادق يكتبه أي شخص عن أي شيء، ولكنه غير مهم (وهو ما لا يريده المضيفون بطبيعة الحال أيضاً). و هناك خفايا واختلافات داخل المجموعات. يركز "الحاذفون" على إزالة مقالات كاملة تبدو غير جديرة بضمها إلى موسوعة، بينما "المُستبعِدون" أكثر اهتماماً بإزالة المقاطع غير ذات الصلة أو غير مهمة من المواد المقبولة بصورة مختلفة. "المُدمِجون" هي مدرسة من المستبعدون الذين يريدون دمج مقالتين أو أكثر في مقالة واحدة ، لأن بعض المواد تعتبر أهميتها غير كافية لتكون مقالة بمفردها أو جديرة بأن تكون مقالتهم. إذا كانت هذه المجموعات تبدو بالنسبة لك كالفصائل الدينية أو السياسية تقريباً، فإنك محق. باستثناء إنه لا يلزم أن يكون الموضوع

سياسيا أو دينيا، ويمكن في الحقيقة أن يكون أي موضوع. ما يجعل هذه الفصائل تبدو دينية أو سياسية ليس الموضوع الذي تركز عليه في ويكيبيديا، إنما شدة ونوعية فلسفات التحرير التي تتبعها.

كانت الموسوعات المدفوعة بالخبير مثل الموسوعة البريطانية، التي أنهت نسختها المطبوعة في عام 2012 (كانت آخر نسخة مطبوعة في عام 2010)، تقوم على الاستبعاد، ونظراً إلى القيود المفروضة على طباعة الورق، لم يكن لديها خياراً سوى أن تكون. بعد كل شيء، هل يشتري أي شخص موسوعة من ألف إلى 10 آلاف عدد؟ لهذا لا تفرض الموسوعة على قيوداً على عدد المقالات الجديدة فحسب، إنما تقلل وتختصر في طول المقالات القديمة التي يرى محرريها إنها أقل أهمية. (أشرت في مقدمة روايتي مؤامرة لإنقاذ سقراط، الصادرةعام 2006، قيمة أن يكون لك وصول للموسوعة البريطانية منذ منتصف الخمسينات أو قبل ذلك – تم اختصار المقالات عن التاريخ القديم في منتصف الخمسينات لإفساح المجال للنمو الهائل في المعرفة العلمية مثل الحمض النووي في تلك الحقبة.) أبقت الطبعات الرقمية للموسوعة البريطانية على قيد الحياة زوال الطبعة المطبوعة، ولكن تتبع نفس سياسات التحرير الانتقائي (راجع بيبتون Pepitone، 2012) .

ويشير المضيفون إلى إن موسوعة على الانترنت لا تعمل تحت مثل هذه القيادة الورقية الوحشية.

من بين القضايا الأكثر خضوعا للنقاش في أغلب الأحيان بين المضيفون والمستبعدون على ويكيبيديا هي "شهرة" الموضوعات الممكنة للمقالات - هل الشخص، سواء كان معاصرا أم تاريخيا، مهماً بما يكفي لكي يدخل ويكيبيديا؟ من بين العديد من المبادئ الإرشادية التي يستخدمها المحرر/القراء في اتخاذ مثل هذه القرارات هو المبدأ القائل بإن "الشهرة لا تورث". على سبيل المثال، لن تجد أي مقال عن فرانسين ديكارت، ابنة الفيلسوف العظيم. ولكن أحد المقالات الرئيسية، بطبيعة الحال، الموجودة على ويكيبيديا عن جون ستيوارت ميل، ابن جيمس ميل، الذي كان أيضا فيلسوفا هاما وموجود عنه مقاله على ويكيبيديا (رغم إن جيمس ميل لم يكن بنفس الأهمية في التأثير مثل ابنه). المغزى هنا هو إن جون ستيوارت ميل قد يستحق

مقالة حتى لو لم يكن لوالده إسهام معروف.

بالمناسبة، يمكنك أو يمكن لأي قارئ نشر مقالة عن فرانسين ديكارت في ويكيبيديا في أي وقت يشاء. رغم ذلك من المرجح أن تتعرض للحذف الفوري (راجع جزء "جميع المساهمين في ويكيبيديا متساوون، ولكن بعضهم أكثر تساوي من الآخرين" لاحقا في هذا الفصل، للمزيد حول عملية الحذف على ويكيبيديا.)

مبدأ "الشهرة لا تورث" ليس مثيراً للجدل أو صعب التطبيق على الإطلاق في حالات فرانسين ديكارت، وجون ستيوارت ميل. ولكن كان ويمكن أن يكون مثيراً لجدل كبير في حالات أخرى عديدة.

على سبيل المثال، راجع لحالة مقالة لولو سويتورو Lolo Soetoro، زوج أم باراك أوباما الاندونيسي. اللمحة التاريخية الموجزة عن الرجل، من حيث صلته بأوباما، هو أن والدة باراك أوباما آن دنهام Ann Dunham، تزوجت سويتورو بعد طلاقها من الأب البيولوجي لأوباما (باراك أوباما الأب). عاش باراك أوباما الرئيس الأمريكي المستقبلي في إندونيسيا لمدة أربع سنوات، من سن السادسة إلى العاشرة. ثم عاد دون أمه أو زوجها سويتورو إلى هاواي حيث عاش مع جده وجدته وأكمل دراسته الثانوية في المدرسة الثانوية.

وبالتالي هل يجوز للولو سويتورو Lolo Soetoro دخول ويكيبيديا ؟ قد توحي جملة "الشهرة لا تورث"- سواء إلى الأمام من الأبناء أو إلى الخلف من الأجداد – بإنه لا، ولكن السؤال أصبح مثيراً للجدل في الحملة الانتخابية الرئاسية الأميركية عام 2008، لأسباب لا علاقة لها بجدل الاستبعاد/الإضافة التقليدي. يعتقد مؤيدو أوباما على ويكيبيديا إن قرار القراء/المحررين لصالح دخول سويتورو لويكيبيديا كان وسيلة للفت الانتباه إلى تنشئة أوباما الإسلامية في إندونيسيا، وبالتالي تصويره كمرشح غير أمريكي. وهذا أدى إلى إن بعض القراء/المحررين الذين كانوا عادة مع اتجاه الإضافة معارضون للمقالة – وبالتالي قرروا حذفها، أو دمجها ، أو إعادة توجيهها (لمقال حول آن دنهام –والدة أوباما- على سبيل المثال) .

في البداية أزيلت مقالة لولو سويتورو من ويكيبيديا، مع إعادة توجيه البحث عنها إلى مقالة عن "عائلة باراك أوباما" أكثر عمومية، تحتوي على جزء خاص

بسويتورو. (فنياً حينذاك المقالة لم تُحذف، إنما أُدمجت في مقالة "العائلة") ولكن أعيد مقال سويتورو في يونيو 2008 وظل على الأقل لمحاولة إضافية أخرى لإزالته ودمجه. (راجع ويلمان Wellman، 2008، لحساب مُفَصَل عن معارك ويكيبيديا على مقالة سويتورو. زوجتي، تينا فوزيك Tina Vozick، التي تكتب في ويكيبيديا باسم "Tvoz"، " كانت مشاركة في هذة المناقشات، تاركة وجهة نظرها المعتاد "كمضيفة".)

مثال غير سياسية لما يتناقش فيه المضيفون والمستبعدون حول ويكيبيديا هو "الفئة" عن "الأدب اليهودي". الفئة في ويكيبيديا هو رابط يمكنه سحب عدة مقالات متنوعة معاً. وتظهر روابط الفئة في الجزء السفلي من المقالات و تظهر جميعها معا على صفحات التجميع التي تعرض عناوين المقالات، أو أسماء الموضوعات. ليست كل الفئات مثيرة للجدل. على سبيل المثال قبل المستبعدون فئة "محققو القصص الخيالية"، وتظهر الفئة على صفحات شيرلوك هولمز، هرقل بوارو، وسام سبايد ، مايك هامر، وما شابه ذلك. لكن ذلك لم يكن نفس الحال بالنسبة لفئة "الشخصيات اليهودية القصصية"، والتي ظهرت مرة واحدة على صفحات تتراوح بين شايلوك شكسبير، وليوبولد بلوم لجيمس جويس، وجون مونش الجريمة والعقاب، وشخصيتي الروائية المعروفة بالكاد دكتور فيل داماتو. تمت إزالة فئة في مارس 2008، ولكن أُعيدت في أبريل 2010 بعد مناقشة مستفيضة. (ومع ذلك واصل مقال بعنوان "قائمة الشخصيات اليهودية القصصية" دون انقطاع. "القائمة" هي عنصر أقل ديناميكية في ويكيبيديا، من الفئة -البنود المدرجة في قائمة لا تظهر في الجزء السفلي من المقالات حول الأشخاص أو العناصر الموجودة في القائمة.)

بعيداً عن درس (ما جاء بسهولة يذهب بسهولة) عن "الفئات" على ويكيبيديا -أو ربما قد تكون "صعب" الصفة الأفضل- تقدم قصة فئة "الشخصيات القصصية" حالة نموذجية لنقاش المضيفين/المستبعدين المتواصل. من وجهة نظر المستبعدين مثل هذه الفئة ليست ضرورية – ولا تتوفر مقالات في الموضوع نفسه بالفعل، سواء عن شايلوك، أو بلوم، أو غيره. ولكن من وجهة نظر المضيفين، قدمت الفئة طريقة أخرى للوصول إلى المعلومات، طريقة أخرى للربط والتعلم. ولأن قدرات

تخزين ويكيبيديا لانهائية في الواقع بالمقارنة مع الكلمات المطبوعة على الورق، فما الضرر الذي يمكن أن يحدث من ضم هذة الفئة؟ ربما كان المستبعدون قلقون من التنميط العرقي.

حياد المحررين وتضارب المصالح

كمؤلف للروايات والقصص القصيرة التي يظهر فيها شخصية فيل داماتو (على سبيل المثال، قانون الحرير، 1999)، لدي اهتمام مهني في معرفة أي فئة يظهر فيها لكي يستمر في ويكيبيديا. في الواقع اكتشفت لأول مرة وجود فئة "الشخصيات اليهودية القصصية" بعدما تم حذفها ولم أشارك في أي نقاشات لاحقة مؤيدة أو رافضة على الانترنت، وذلك لإن المحرر المثالي على ويكيبيديا من المفترض أن يكون قارئا ليس لديه مصلحة راسخة في مقال أو صفحة يكتبها أو يحررها. وهذا يعني إن المحرر ليس لديه ما يكسبه أو يخسره ماليا، أو شخصيا، أو مهنيا من الكلمات على الصفحة. يخبرنا فريدريك انجلز Friedrich Engels بلباقة، عن مبادئ ويكيبيديا الإرشادية حول تضارب المصالح، قائلا إنه لن يكون أفضل شخص يحرر مقالة عن كارل ماركس.

ولكن يوما بعد يوم، مزيد من الأوضاع الحالية في ويكيبيديا قد لا تكون واضحة المعالم. هل ينبغي على شخص يدعم أوباما الامتناع عن تحرير صفحات عنه وعن عمله؟ أو هل ينبغي أن يستدعي مسؤولو ويكيبيديا أو المحررون الآخرون مؤيدي أوباما، إذا كانوا معروفين، أو يحذروهم لكي لا يحرروا صفحات عن أوباما؟ إذا كان هذا يبدو متطرفاً بالنسة لك ، كما هو بالنسبة لي، هل كنت سينتابك نفس الشعور إذا كانت المسألة عن صفحات حول ميت رومني أو رون بول؟ وسنبقى في المجال السياسي، ولكن سنرتقي في سلم التضارب المحتمل في المصالح، ماذا عن رئيس دائرة انتخابية في الحزب الديمقراطي؟ ماذا عن ديفيد أكسلرود (أحد كبار مستشاري البيت الأبيض) أو هوارد دين (رئيس اللجنة الوطنية الديمقراطية السابق)؟ ماذا عن ميشيل أوباما؟ هل يمكنها تحرير صفحة الويكيبيديا الخاصة بالرئيس أوباما؟

يبدو الثلاثة أشخاص السابقون، بحكم الواقع، في تضارب مصالح قضائي إذا

حرروا أي صفحات ويكيبيديا كان موضوعها أوباما. ولكن سيكون عـادلاً بالنسـبة إلـيهم أن يُمنعـوا من مثل هذا التحرير؟

حـرر جـو دي سـانتيس Joe de Santis، مـدير الإعـلام في شركـة نيـوت جينجـريتش خـلال الحملات التمهيدية الرئاسية في عام 2012، مقالات جوهريـة تحـت اسـمه المسـتعار- جينجـريتش- على صفحات ويكيبيديا خلال الفترة 2011-2012. وجرى تنبيهه بقواعد صراع المصالح، فتوقف عـن التحرير، واقتصرت مساهماته في التعليقات في صفحات "النقاش"، حيـث ينـاقش المحـررون عملهـم علنا. هل لحق أي ضرر بويكيبيديا أو لهيئة سياسية؟

وفي النهاية، الطريق الموضوعي الوحيد لفرض الحياد في مقالات ويكيبيديا قـد تكـون تقييـد توجيه التقييم إلى الكلمات على الصفحة وليس إلى الشخص الذي كتبها. كما حذرنا أي أيه ريتشاردز I. A. Richards قبل زمن طويـل في عـام 1929، كتـب ريتشـاردز "غالبـاً مـا تكـون نوايـا الكاتـب غامضة وليس لها أي صلة حقيقية بتأثير النص. كل ما ينبغي الاعـتماد عليـه في تحليـل ونقـد الـنص هو النص نفسه". فضلاً عن إن هذة المشكلة من النظر إلى هوية المحـرر وتقيـيم حيـاده تتفـاقم في ويكيبيديا بسبب سهولة إنشاء حسابات باسم مستعار.

مشاكل الهوية

حقيقية المستخدمين (القراء والكتاب والمعلقين) هـي مشـكلة في كـل مكـان في عـالم وسـائل الإعلام الجديدة وأحدث وسائل الإعلام الجديدة، حيث إنشاء هوية مـزورة بسـهولة إنشـاء حسـاب بريد إلكتروني على جوجل أو ياهو، تحت أي اسم تختاره، ثم استخدامه كمؤكـد لحسـاب فيسـبوك، أو تويتر، هنا، أو هناك، وفي كل مكان.

ولكن المشكلة محيرة لاسيما على ويكيبيديا، لأنها تعمل منـذ البدايـة عـن طريـق توافـق الآراء الذي يتحقق في نقاشات القراء/المحررين على الإنترنت ("منذ البداية" تعنـى قبـل أن تحـدث المشـكلة ويراجعها المسؤولون، لمناقشتها، راجع الجزء المعنون "جميع أعضاء ويكيبيديا متساوون، ولكن بعضهم أكثر تساوي من الآخرين" لاحقا في هذا الفصل). أعضاء ويكيبيديا لهـم أسـماء حتـى للحسـابات التـي ينشـأها أفـراد فقـط أو المنشـأة مـن أجـل حشـد مزيـد مـن الـدعم لمـواقفهم في مناقشـات الإجـماع:

"عرائس قفاز".

في الواقع إنشاء حسابات في ويكيبيديا أسهل مما في فيسبوك ومعظم أنظمة الانترنت؛ لأنه لا يشترط التحقق عبر بريد إلكتروني موجود بالفعل على جيميل أو أي عنوان آخر في الوقت الراهن. بالطبع، يمكن للمحررين العمل على ويكيبيديا من دون وجود حساب لهم على ويكيبيديا، وفي هذه الحالة يتم التعرف عليهم من خلال عنوان بورتكول الإنترنت الخاص بهم. تعمل ويكيبيديا على تشجيع وتعظيم المشاركة. كما هو الحال في كل الأشياء التشاركية والديمقراطية، وتجري هذه العملية على نحو أفضل مع عدد أكبر من المشاركين.

ولكن هذة السهولة في إنشاء حسابات كانت نتيجتها عمل عرائس قفاز سهل تتبعها. بينما يمكن أن يكون من الصعب التعرف على صانع عرائس القفاز الماهر. إذ يمكن إنشاء حسابات وهمية من أجهزة كمبيوتر مختلفة، وبعناوين بورتكول انترنت IP مختلفة، ويمكن أن تظل كامنة لشهور أو تتورط في نقاشات ويكيبيديا لا علاقة لها بالدوافع الحقيقية لعرائس القفاز. وعندما تنطلق دمية القفاز إلى العمل في نهاية المطاف، و تبدأ كتابة مقالات نيابة عن قريب وعزيز له أو لها، تحث على الاحتفاظ بها أو حذفها في أي نقاشات قد تترتب على ذلك، ولا يوجد سبب لدى أي شخص للاعتقاد إن هذا القارئ/ المحرر لديه مصلحة في هذه المادة. بهذة الطريقة يمكن اعتبار دمية القفاز هي معادل أحدث وسائل الإعلام الجديدة للخلية النائمة. مُستخدَمَة في أكثر أشكالها ذكاء وفعالية، قد يشك أحد المشاركين حاد الملاحظة في شيئ خاطئ في النقاش، وخاصة إذا كانت دمية القفاز تكتب بأسلوب غريب نوعا ما، ولكن مثل هذة الشكوك قد يكون من الصعب إثباتها عندما تستند فقط على التشابه في أسلوب الكتابة .

تشكيل مثير للاهتمام أقدم من دمية القفاز، التي تختلف تماماً في الواقع عما يسمى "دمية اللحم" -أو الحساب الحقيقي، الذي أنشأه شخص حقيقي، بغرض دعم مشروع صديق أو هيئة على ويكيبيديا. مع ذلك المشكلة في مساواة دمى القفاز، واللحم ، هو إن دافع أي إنسان يمكن أن يكون غير واضح. فإذا كان علي مساعدة صديق في نقاش سواء عن حذف أو الاحتفاظ بمقال عن أي ما يكون على ويكيبييا،

فما الذي يمكنني تقديمه سوى ما أعرفه بالتأكيد سواء إذا كنت أدعم موقف صديقي حقاً، وسيكون لدي نفس الرأي حتى إذا لم يوجد صديقي، أو سواء ما إذا كنت غير مهتماً على الإطلاق بهذه المسألة ودخلت النقاش على الانترنت فقط بناء على طلب صديقي؟ أو ربما الحقيقة هي إنني تحدثت في النقاش بسبب مزيج من العاملين: اعتقادي في المسألة ولكنني كتبت ما كتبت لأن صديقي شجعني.

توضح مسائل مثل دمى القفاز مقابل دمى اللحم، وصعوبة تحديدهم والحماية منهم ،إن الحياة على الإنترنت في مأمن من التعقيدات وعقبات الحياة الواقعية بأي حال من الأحوال. الاثنان كلاهما عُرضة للمخربين ومثيري الشغب، الذين قد يكونوا أكثر أو أقل صعوبة من التعامل معهم على الانترنت. مع ذلك ما يشفع لأي شيء مدمر على الإنترنت هو أنه لا يمكنه في حد ذاتها التسبب في أي ضرر مادي، في العالم الحقيقي-لا ضرر، ما لم نتصرف أو نسمح لمعلوماته المضللة توجيه أعمالنا في العالم الحقيقي. هذا هو الحال سواء ما إذا كنا نتعامل مع تهديدات على فيسبوك أو مخربين للمعرفة على ويكيبيديا. ويمكننا أن نضيف إلى ذلك، كسبب لهذة المخاوف في العالم الحقيقي، خبر إن حكومة الولايات المتحدة تعاقدت على "برمجيات يمكنها إنشاء عدة صفحات شخصية (بروفايلات) وهمية في وسائل الإعلام الاجتماعية للتلاعب والتأثير في الرأي العام في القضايا المثيرة للجدل" (ستورم Storm، 2011) . يبدو أن دمى القفاز لم تعد قاصرة على ويكيبيديا.

جميع أعضاء ويكيبيديا متساوون ، ولكن بعضهم متساوون أكثر من الآخرين

ويكيبيديا هي أكثر النظم المدفوعة بالمستخدمين استمراراً وكمالاً على الإنترنت. إنها اختيار من فوضى أحدث وسائل الإعلام الجديدة، على الأقل من حيث سمتها الأساسية الثورية المتمثلة في السماح للمستهلكين لأن يصبحوا منتجين. وهي بذلك الأقرب إلى الديمقراطية المباشرة في تشغيل نظام رئيسي فعليا عبر الإنترنت. ولكن رغم إن جميع القراء يمكن أن يكونوا محررين ويكيبيديا بالفعل؛ أفادت دراسة استقصائية أولية إن 90 في المئة من التعديلات التحريرية على ويكيبيديا قام بها 15 في المائة من محرري ويكيبيديا الأكثر نشاطا (ورقة عمل قدمها ميكولاج جان Mikolaj Jan و أندريا جوبراتي Andreea Gorbatai، واستشهد بها هايل Heil،

وبيسكورسكي Piskorski، 2009). هذا فشل جوهري لكل العمليات الديمقراطية، التي فيها الفرصة في المشاركة (كما في التصويت) لا تتعادل إلا جزئياً مع المشاركة الفعلية. ورغم إن المحررين غالباً ما يقررون عن طريق النقاش والتوافق سواء كان مقال، أو جزء من مقال، يستحق النشر في ويكيبيديا، فماذا يحدث عندما لا يستطيع المحررون أن يقرروا؟ أو ماذا يحدث عندما يعمل محرر كمخرب أو يصنع دمى قفاز لدعم موقفه أو موقفها؟ أو ماذا يحدث عندما تكون مقالة مثيرة للجدل بشدة حتى إنها تعج بالحذف المستمر وإعادتها إلى الوضع السابق إلى حد إنها تتغير ذهابا وإيابا كل بضعة دقائق؟

ادخل إلى مجموعة مديري ويكيبيديا، الذين تم ترشيحهم واختيارهم من خلال نقاش عام وتوافق بين المحررين (قد يرشح المحرر أي محررين أخرين، بما فيهم نفسه). وهناك نوع خاص أعلى من المسؤلين -تم اختيارهم "بيروقراطيا" أيضا من خلال توافق المجتمع- يحدد إذا ما تم التوصل إلى التوافق في الآراء لصالح تعزيز المحرر لأن يكون مسؤلا، و إذا كان الأمر كذلك، يَمنح الدعم. كما يعمل بضعة مسؤلين "كفاحص للمستخدمين"- لديهم الصلاحية لرؤية بورتكولات الإنترنت IPs للقراء/المحررين المذكورين أو الذين يملكون حسابا في ويكيبيديا (راجع الجزء المعنون "الشفافية في صفحات ويكيبيديا" لاحقا في هذا الفصل) .

إحدى السلطتين الرئيسيتين الممنوحتين إلى المسؤول هي حظر حسابات المحررين المخطئين. التخريب هو أحد أوجه الخطأ، كما إنه انتهاك لقاعدة "العودة الثلاثية" التي تؤكد على إنه لا يمكن لمحرر أن يعود عن تغييرات أجراها على الصفحة– إعادة شيء ما بعد حذفه، أوحذفه بعد إعادته، وهكذا دواليك -أكثر من ثلاث مرات خلال 24 ساعة في صفحة أو مقالة معينة. المسؤولون لديهم السلطة على حظر حساب المحرر بعد أقل من ثلاثة ارجاعات، ولكن ثلاثة هو الرقم المعلن والمتبع عادة .

يمكن حظر حساب لمدة ساعة، أو يوم، أو أسبوع، أو شهر، أو إلى أجل غير مسمى. المحرر الحظور يمكنه استئناف الحكم، وأي مسؤول آخر يمكنه عكس قرار حظر المسئول أو تخفيض العقوبة (مدة الحظر). ومع ذلك، لأن جزءا من هدف

الحظر هو الحد أو نزع فتيل ما يسمى "بحـروب التحريـر" - اثنـين مـن المحـررين يحـذفون عمـل بعضهم البعض- يحاول المسؤولون ألا يبدأوا حرباً مماثلة خاصة بهم من خلال حظر المحررين وفك حظرهم مرارا (الذي يشكل "عجلة الحرب" في لغة أعضاء ويكيبيديا).

سلطة المسئولين الرئيسية الثانية هي "حماية" صفحة أو مقالة – منع أي قـارئ/ محـرر غـير مسؤول من إجراء مزيد من التعديلات، كما في حظر الحسابات، يمكن أن تكـون الحمايـة لأيـة فـترة من الوقـت، وأي مسـؤول يمكنـه إلغـاء حمايـة صـفحة أو فتحهـا لتجديـد تحريرهـا. لـذا "عجلـة الحروب" أو عكس المسؤولين لإجراءات بعضهم البعض شِرك ينبغي تجنبه هنا، أيضا.

الصفحة الرئيسية أو الصفحة الأولى لويكيبيديا، والتي تحتـوي عـلى "مقـال مميَّـز" (ملخـص من مقال أطول) يختاره مسؤول معين خصيصا، هو دائما "للقراءة فقط"، أو غير قابلـة للتحريـر مـن قبل أي شخص آخر غير المسؤول. على هذه الصفحة المحمية دائماً ، تقترب ويكيبيديا بشـكل خطـير من هيكل تنظيم الصفحة الأولى من صحيفة نيويورك تـايمز. في هـذه الطريقـة الواضـحة، تكتسـب ويكيبيديا موثوقية على حساب العملية الديمقراطية. كل ما يستطيع القـراء/المحـررون والمسـؤولون الآخرين فعله هو تقديم اقتراحات حول ماهو "مقال اليوم الذي ينبغي تمييـزه". وكـل مـا يسـتطيع القراء/المحررون فعله حيال الأخطاء هو الإشارة إليها حتى يستطيع المسؤول تصحيحها.

مع ذلك يمكن أن تكون حماية الصفحات الأخرى عمل مخادع . دعنا نقول على سبيل المثال إن في يوم معين، انشغلت مجموعتان من المحررين (القارئ/الكاتب) لـديهم وجهتـي نظـر سياسـية صادقتين متعارضتين تماما "بتصحيح" و"إعادة تصحيح" صفحة أحد المرشـحين السياسـين. هـذا لـيس تخريبا نقياً، يمكن تصحيحها عدة مرات حسب الضرورة (استثناء مهم لقاعـدة العـودة الثلاثيـة هـو إنها لا تنطبق على تصحيح الأكاذيب وعمل المخربين الواضح، إنما يجب أن تكون الأكاذيـب واضـحة أيضاً). ولكن في حرب التحريـر المدفوعـة سياسـياً، التـي تتلقـى فيهـا الصـفحة الآلاف مـن وجهـات النظـر في السـاعة، فـإن المخـاطر يمكـن أن تكـون أعـلى مـن ذلـك بكثـير مـما كانـت عليـه

في طاحونة التخريب الدائرة في بيرقليس/مخللات. قد يقـرر مسـؤول يواجـه هـذه المعركـة حمايـة الصفحة، لإعطاء المحررين المتحاربين هدنة للتهدئة. ولكن خـلال هـذة الهدنـة، لـن يكـون بمقـدور أحد تحرير الصفحة سوى مسؤول آخر-وبالتالي حرمان ويكيبيديا من آلية تصحيح الخطأ الرئيسـية. ماذا لو ترك المسؤول، سواء عن قصـد أو عمـد، تفسـيراً في صـفحة محميـة، لـيس لأنـه تـم الاتفـاق بتوافق الآراء على إنه التفسير الأفضل، ولكن لأنه الأكثر توافقاً مع وجة نظر المسؤول السياسية؟ قـد يرى الآلاف وربما أكثر هذا التفسير على الصفحة. بالطبع كانت صفحات لباراك أوباما، وجون ماكين، وجو بايدن، وسارة بالين محمية لفترة وجيزة في 30 أكتـوبر 2008، حـين تصـاعدت حـروب التحريـر والاعتداءات العنصرية خلال فترة خمسة أيام قبل الانتخابات في ذلك العام . كما كانت صفحة ريـك سانتوروم محمية بالكامل لما يقرب من ثلاثة أيام في شهر فبراير 2012، بسـبب حـرب تحريـر بشـأن وسائل منع الحمل. فُرضت الحماية الكاملة لمدة ثلاثة أيام كاملة، وتم تغييرهـا إلى "حمايـة جزئيـة" بعد اعتراض المحررين على الحمايـة الكاملـة (لمـزي مـن التفاصـيل راجـع ليفنسـون ، 2012، "ريـك سانتوروم") .

في الممارسة العملية، الحماية الكاملة لصفحات السياسين أو أي موضوع نـادرة في ويكيبيـديا –وحماية الصفحة الأولى دائما هو إحدى الحالات الخاصة الواضحة من نوعها. ولكن يمكـن أيضـا أن تكـون صـفحات محميـة جزئيـاً، أو محظـور عـلى الحسـاب المجهـول أو الجديـد تحريرهـا (يعـرف الحساب الجديد بإنه الأحدث من أربعة أيام وحرر أقل من عشرة مقـالات عـلى ويكيبيـديا)، وهـذا أكثر بكثير من ممارسة شائعة. صفحة أوباما محمية جزئياً بشكل متقطـع منـذ عـام 2007. (راجـع فارجاس Vargas، 2007، لمناقشة التخريـب عـلى صـفحة أوبامـا عـلى ويكيبيـديا). تُوَّسـع الحمايـة الجزئية لوقف تمرير التخريب، وهي أكثر شيوعا بكثير من المداهنة السياسية. ولكن حتـى الحمايـة الجزئيـة تقيـد أحـد أذرع ويكيبيـديا عـلى الأقـل خلـف ظهرهـا –قـدرة ذراع الحسـابات الجديـدة ومجهولة المصدر على تصحيح الأخطاء. سيكون المحررون غير المحظورين بالحماية الجزئية قـادرون، بطبيعة الحال، على تصحيح الأخطاء، ولكن لا يزال تجمع المصححين تم تخفيضه.

ولكن ويكيبيديا لديها على الأقل دفاع مدمج إضافي ضد المخربين.

الشفافية على صفحات ويكيبيديا

سمة رئيسية لويكيبيديا تضع حتى أكثر المخربين جدية في موقف سيء هي إن تاريخ التعديلات متاحة كاملة بسهولة في كل صفحة أو مقالة. وهذا يعني إن أي تغييرات وجميعها من الإضافات ومحذوفات، سواء عميقة أوتافهة، يمكن لأي قارئ/محرر رؤيتها على الشاشة. قد يسعى المخرب إلى إخفاء جزء هام من العمل القذر من خلال تجميعه مع الكثير من التخريب الواضح، وقد تفوتها المراجعة ، سواء المفيدة أو المدمرة، التي يجريها القارئ العارض لصفحة تاريخ التعديلات ، ولكن مع ذلك كل مراجعة على حدة مذكورة. كما توضح ويكيبيديا كيف تبدو كل صفحة قبل وبعد التحرير.

شفافية صفحات تاريخ عملية التحرير على ويكيبيديا يجعلها مختلفة جذريا عن معظم المدونات على شبكة الإنترنت، والتي توضح في الأغلب إذا ما كانت صفحة قد جرى تحريرها ومتى، أو كما في حالة بلوجسبوت جوجل (والتي تعتبر مدونتي "تراجع لا نهائي" مثالا لها) لا تعطي إشارة على الإطلاق إلى إن الصفحة تم تحريرها. بينما يعطينا الخط الزمني لفيسبوك تسجيلا لكل شيء فعله المستخدم في فيسبوك، ولكن يمكن للمستخدم بسهولة إخفاء أية إجراءات عن العرض العام أو إزالتها تماما. نظرا إلى أن صفحة على ويكيبيديا يمكن أن يحررها عدد لا يحصى من الأشخاص، على نقيض قدرة المدون فحسب على تعديل مدونته، وقدرة صاحب حساب(المستخدم) في فيسبوك، هذه الشفافية المفرطة في تاريخ التحرير على ويكيبيديا لها مغزى.

رغم ذلك يتناسب هذا المستوى من الشفافية في ويكيبيديا مع الصفحات أو المقالات وليس القراء/المحررين. كما أوضحنا سابقا، لا يحتاج المرء إلى أن يكون لديه حساب كي يحرر في ويكيبيديا، وفي هذه الحالة ، يتم تحديدك من خلال بورتكول الإنترنت IP الخاص بك. وبورتكول الإنترنت متفرد لكل كمبيوتر متصل بالإنترنت. إذا أخذت كومبيوترك المحمول إلى منزل أحد الأصدقاء وسجلت الدخول إلى شبكة الإنترنت اللاسلكي -واي فاي- المتاحة هناك، فإنك سوف تستخدم

بورتكول الإنترنت IP الخاص به. (وسائل الإعلام المحمولة مثل الهواتف الذكية والكومبيوتر اللوحي لديها بورتكول الانترنت الخاصة بها.) وبالتالي بورتكولات الإنترنت ليست وسيلة مضمونة لتحديد قارئ/محرر معين. إذا سجلت للحصول على حساب (مجاني) في ويكيبيديا، فإنك لذلك ستكون محدد باسم حسابك الخاص، وليس IP الخاص بك. ولكن هذا يتيح للأفراد التسجيل لأي عدد من الحسابات ويستخدم كدمى قفاز في الأساس (رغم إن الأشخاص قد يكون لهم أكثر من حساب لأغراض غير شائنة). يتمتع المسؤولون المعينون خصيصا –"كفاحص للمستخدمين"- فحسب بالقدرة على رؤية رقم بورتكول الإنترنتIP لأي حساب معين، كما ذكرنا سابقا. ويمكن أن يكون هذا مفيدا في استئصال دمى القفاز، رغم إن محرك الدمى المتمرد يمكنه اللجوء إلى بورتكولات إنترنت مختلفة من أجل الدمى، على سبيل المثال من خلال المكتبات ومحلات أبل Appel، والمدارس، وبالطبع أي بقعة واي فاي نشطة مثل مقاهي ستاربكس Starbucks، بانيرا بريد Panera Bread ، أو لوبي الفندق.

ويكيبيديا مقابل الموسوعة البريطانية

لذلك، رغم كل هذه الإمكانيات للخطأ والحماية، واندلاع المعارك على ويكيبيديا بين المخربين والمحررين، وبين المحررين والمحررين، وبين المحررين والإداريين، وأحيانا بين الإداريين والمسؤولين –وكلها بغرض التأكد من أن المقالات على ويكيبيديا تحتوي على المعلومات الدقيقة، وذات الصلة فحسب- كيف تمثل ويكيبيديا مصدرا دقيقا للمعلومات؟ تحديد خطأ أسهل من انعدام الجدوى. إذا كانت صفحات ويكيبيديا التي كتبها قارئ، المتدفقة باستمرار، خالية من الأخطاء مثل صفحات الموسوعة البريطانية المميزة التي كتبها خبير، فإن ذلك يخبرنا بشيء غاية في الأهمية حول كيف تتشابه الأجسام المضادة الديمقراطية في معرفة كتاب أحدث وسائل الإعلام الجديدة مع الرقابة الصارمة على مصادرنا المرجعية الموثوقة الأقدم

الإجابة الصحيحة هي إن ويكيبيديا تبدو من تلقاء نفسها ضد الموسوعة البريطانية - إنجاز ملحوظ- ولكن المحكمون لا يزالون غير راضيين تماما، وذكرت ناتشر Nature –إحدى أكبر مجلتين علميتين في العالم (فضلا عن العلوم) نتائج

دراسة أجرتها في عام 2005، درس فيها الخبراء 42 مقالا من كلا من ويكيبيديا ونسخة الإنترنت من الموسوعة البريطانية (جايلز Giles، 2005). اكتشف الخبراء أربعة أخطاء في المتوسط في مقالة ويكيبيديا و ثلاثة في البريطانية؛ بعبارة أخرى، لا يوجد فرق كبير على الإطلاق. ونُشرت هذه النتيجة على نطاق واسع (على سبيل المثال، أسوشيتد برس، 2005) ولكن واجهتها البريطانية باعتراض غاضب، وزعمت إن باحثي ناتشر حصلوا على حقائقهم بطريقة خاطئة، وفي حالات أخرى، عرضوا مجرد رأي لا حكم خبير (أورلوفسكي Orlowski، 6200). ودعت البريطانية ناتشر إلى سحب تقريرها. وردت ناتشر (2006) بشرح مطول عن منهجيتها ونتائجها واختتمت: "لا ننوي التراجع عن مقالنا". وبعد ثلاث سنوات، دعمت ناتشر نتائجها (جايلز، 2008).

قد يكون أوضح درس من هؤلاء الخبراء المتبارزين إن رأي الخبير لا يمكن الاعتماد عليه مثلما يقدم نفسه – وسواء كانت ناتشر مخطئة، أم الموسوعة البريطانية مخطئة في انتقادها لناتشر، أوكلاهما- والذي يوفر في حد ذاته حجة قوية أخرى لصالح جمع الموسوعة بأساليب تحرير ديمقراطية كما في ويكيبيديا، أو كما تشير دراسة عمل ناتشر العمل كموسوعة من خلال خبير وقرار أقلية. (راجع أيضا ميسير-كروز Messer-Kruse، 2012، من أجل معرفة متاعب خبير مرموق يحاول التحرير على ويكيبيديا -أو مثال آخر على الصراع بين ثقافات تحرير الخبراء والتحرير الديموقراطي.)

نشر خبر وفاة تيم روسيرت في وسائل الإعلام القديمة مقابل الجديدة

لا تتنافس ويكيبيديا مع موسوعات وسائل الإعلام القديمة فحسب؛ بل ومع نشر الأخبار في وسائل الإعلام القديمة من صحف وإذاعة وتلفزيون أيضاً. عندما توفي تيم روسيرت Tim Russert مقدم برنامج (لقاء مع الصحافة) فجأة، بعد برهة من موعد البرنامج في 02:20 يوم 13 يونيو 2008، انتظرت محطات ان بي سي وغيرها من وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية حتى يتم إخطار الأقارب قبل إبلاغ الجمهور العام. وهو ما حدث في الساعة 3:30 مساء، عندما قطع توم بروكاو Tom Brokaw برامج بعد الظهر على محطات ان بي سي، سي ان بي سي، وأم أس أن بي

سي معلناً وفاة روسيرت. بينما انتظرت محطاتABC ، وCBS، وCNN، و فوكس نيوز إعلان بروكاو كي يبثوا إعلاناتهم وتقاريرهم.

لم تذكر ويكيبيديا الحدث ضمن أحداث 13 يونيو وفقا لعدد صحيفة نيويورك تايمز الصادر في 23 يونيو 2008 (كوهينCohen، 2008)، تم تحديث صفحة روسيرت على ويكيبيديا في الساعة 3:01 لتعكس وفاة روسيرت. (يمكنك رؤية هذا في تاريخ صفحة روسيرت على ويكيبيديا.) أيضاً وفقا لصحيفة نيويورك تايمز كان الشخص الذي أجرى التغيير على ويكيبيديا "موظف حديث العهد" بخدمات البث على الإنترنت -وهي المؤسسة التي تزود محطات NBC -TV المحلية وغيرها من الشركات-التي تم فصلها لاحقاً بالمعلومات. (وضعت صحيفة نيويورك تايمز قصة وفاة روسيرت على موقع الويب الخاص بها قبل إعلان بركاو بخمس دقائق.)

يسلط الفرق بين معالجة قصة روسيرت في ويكيبيديا والتلفزيون الضوء على خروج أحدث وسائل الإعلام الجديدة عن الطريقة التي تعمل بها وسائل الإعلام الجديدة والقديمة جذرياً. في حالة محطة إن بي سي وجميع وسائل إعلام البث والكابل، مدير تنفيذي- محرر حارس بوابة من نوع ما- اتخذ قرار متى سيبث الخبر. وهو الإجراء المتبع في كل وأي خبر نراه في محطات تليفزيون البث والكابل، أو نسمعه في الإذاعة، أو نقرأه في الصحيفة. على النقيض، لا أحد من موظفي ويكيبيديا اتخذ مثل هذا القرار، لأن ليست هذة هي الطريقة التي تعمل بها ويكيبيديا. (مؤسسة ويكيميديا Wikimediaوالمحامون الذين يعملون لصالح ويكيبيديا لا يتخذون قرارات النشر الأولي.) موظف في شركة لا يمت بصلة إلى ويكيبيديا حَدَّث صفحة روسيرت. وأي شخص يمكنه فعل ذلك-أنا أو أنت. أو قد نطرح قصة كاذبة تماما عن روسيرت أو أي شخص آخر.

ليس الأمر إن ويكيبيديا ليس لديها معايير لما ينشر في موسوعتها على الانترنت. لا، ولكن، مرة أخرى، مَنْ يطبق المعايير هم أنا وأنت وأي شخص تصادف قراءته للمقال. أحد معايير ويكيبيديا الأساسية هو إن الحقائق بحاجة إلى التأكيد في وسائل الإعلام الأخرى قبل عرضها في ويكيبيديا. لأنه لم يكن هناك تأكيد لوفاة روسيرت حتى الساعة 3:01، تم حذف التحديث المعلن لوفاة روسيرت من الصفحة

بعدها بعشرة دقائق (وفقا لصحيفة نيويورك تايمز، من قِبَل شخص يستخدم كمبيوتر خدمات بث إنترنت آخر). وبعدها بفترة وجيزة، أعيد التحديث بالطبع.

ولكن هل أي قارئ/محرر جديد يعرف هذا أو غيره من المبادئ الإرشادية الكثيرة للمقالات على ويكيبيديا؟ الأوصاف التفصيلية المكثفة للمعايير، وتفسيراتها، وملخصاتها منشورة على ويكيبيديا، ويمكن الوصول إليها بطرق عديدة (على سبيل المثال،راجع"فئة: المبادئ الإرشادية السلوكية على ويكيبيديا"). كما في أي ديمقراطية، يمكنها أن تنجح إذا كان للمواطنين مدخلا سهلا وموثوق فيه لقوانينها. وكما هو الحال في أي ديمقراطية أيضا، يجري صقل القوانين أو المبادئ الإرشادية ومناقشتها باستمرار.

تقرير ويكيبيديا عن وفاة تيد كينيدي Ted Kennedy وروبرت بيرد Robert Byrd

"الوفيات" في يوم تنصيب الرئيس الأمريكي، في عام2009، دعت جيمي ويلز Jimmy Walesإلى تطبيق مستوى جديد من المراجعة التحريرية، يحتاج فيه "المحررون الموثوق فيهم" إلى الموافقة على كل مقالات السيرة الذاتية التي يحررها محررون جدد أو مجهولون (راجع بيرشينج Pershing، 2009؛ كيلس Kells،2009). في الواقع، كان تيد كينيدي يعاني من الصرع وأخرجه الطاقم الطبي من مأدبة الغداء المقامة بعد التنصيب. وكان بيرد Byrd، 91 عاما في ذلك الوقت، قلقا وقرر ترك المأدبة كذلك. شُفي كينيدي، ولم يكن بيرد مريضاً حقا في المقام الأول، ولكن في الارتباك الأولي، ادعت ويكيبيديا إن كلا عضوي مجلس الشيوخ قد توفيا. (توفي تيد كينيدي بعدها بثمانية أشهر، وروبرت بيرد في العام التالي.)

سواء عن طريق الصدفة أو التخريب، مثل هذه المنشورات الخاطئة تشكك في موثوقية ويكيبيديا. وتم إزالتها في غضون خمس دقائق - دليلا على قوة تصحيح العديد من القراء/المحررين- ولكن مع ذلك رأى العديد من القراء التقارير غير الصحيحة. تنصيب طبقة من المراجعة التحريرية يساعد بالتأكيد على حل هذة المشكلة، ولكن سيقوض أيضا سياسة ويكيبيديا التحريرية الأساسية التي تمكن أي شخص من الكتابة والتحرير والنشر على صفحاتها. تعالج مقترحات عديدة (بما

فيها مقترح ويلز) هذه المسألة لفترة طويلة قيد النقاش في ويكيبيديا. (ويكيبيديا في ألمانيا لديها بالفعل مثل هذه السياسة بشكل ثابت-لجميع المقالات، بغض النظر عن الموضوع. راجع ويلز، 2009، للحصول على التفاصيل الأولية. وراجع أيضا بيريز بينا Perez-Pena، 2009، عن كيفية إخفاء ويلز ومسؤولي ويكيبيديا أنباء اختطاف من ويكيبيديا للمساعدة في تمكين هروب الضحية في نهاية المطاف.)

موسوعة أم صحيفة؟

الإعلان الفوري عن وفاة تيم روسيرت على ويكيبيديا -والتقارير الخاطئة عن كينيدي وبيرد- يثير قضية خلافية أخرى: هل ويكيبيديا موسوعة أم صحيفة؟ مازال نشر الأخبار في أسرع وقت ممكن، هو ما تفعله الصحف. ولكن ويكيبيديا والصحف ليسا نفس الشيء.

من المفترض أن تقدم وسائل الإعلام، بصفة عامة، الأحداث الصحيحة والهامة بشكل ما، وبأسرع وقت ممكن. بالتأكيد تشترك الموسوعة في أول ملمحين-ينبغي أن يكون كل شيئ صحيحا وله أهمية-، ولكن بدلا من السرعة، من المفترض أن الموسوعة تريد نشر المعلومات التي لديها نوعا من الأهمية الدائمة. وتعريف "دائم" الجيد يعني إنه لا يمكنه التعايش مع "فوري"، ما لم يكن لدى الشخص ثقة عمياء وتنبؤ أو افتراض إن الحدث الذي وقع بالأمس سوف يكون مهما لعموم القراء بعد 10 سنوات.

في بعض الأحيان مثل هذه التنبؤات من السهل عملها بثقة: بغض النظر عمن يفوز في الانتخابات لمنصب رئيس الولايات المتحدة، يمكننا الاطمئنان إلى أن نتائج تلك الانتخابات سيظل لها بعض الأهمية التاريخية على الأقل. ولكن ماذا عن وفاة مفاجئة لمقدم أخبار بارز مثل تيم روسيرت؟

في الأيام التالية لوفاة روسيرت في يونيو 2008، لم تكن صفحته الموجودة بالفعل على ويكيبيديا التي يتم تحديثها مئات المرات، بل أنشأ أشخاص مشهورون صفحات إضافية أيضا، مع ردود فعل على وفاته وغيرها من المعلومات. هل تعمل ويكيبيديا بمثابة موسوعة أم صحيفة بمثل هذه المقالات؟

بالطبع لا تقدم الصحف تقارير أخبار فورية وعاجلة فحسب؛ بل تنشر

متابعات وقصص بأثر رجعي أيضاً. إلى حد إن مقالات ويكيبيديا الثابتة مدروسة جيداً مثل القصص المنشورة في الصحف - بافتراض إن الصحف قد تدرس وتبحث قصصها- بعد ذلك تصبح مقالة ويكيبيديا أقل تميزاً عن قصة المتابعة الصحفية. ويا للسخرية، تتطلب مبادئ ويكيبيديا الإرشادية أن تكون لها مصدر، وبالرغم من عدم وجود ترتيب ثابت للمصادر (أية مصادر أفضل من الآخرى) مؤكد عليه أو مُعطى، فإن وسائل الإعلام القديمة من الصحف تعتبر في أعلى المراتب كمصدر من المدونات، والصحف ذات الشهرة العالمية مثل صحيفة نيويورك تايمز أفضل من صحف التدريب الطلابية (راجع ويكيبيديا ، 2012، "تحديد مصادر موثوقة" للمزيد). وهذا يوفر أيضاً مثالا آخر من الترابط وعلاقة الحب/الكراهية بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة والقديمة التي رأيناها في الفصل الثاني عن فيسبوك، حيث واجهنا جماعة منظمة في تلك أحدث الوسائل الجديدة للمساعدة في انقاذ وسيلة الصحف القديمة.

في نهاية المطاف، فإن المبدأ السائد في تحديد ما إذا كانت ويكيبيديا موسوعة أم صحيفة أم كليهما هو إن محرري ومسؤولي ويكيبيديا لديهم رأي في كيف يرى ويستخدم بقية العالم ويكيبيديا. إذا كان القراء يستخدمون ويكيبيديا كما يستخدمون الصحيفة –باعتبارها نسخة أكثر عصرية من النيويورك تايمز- فكيف يمكن لويكيبيديا وقف ذلك؟

هذا، مرة أخرى، مبدأ أساسي في أحدث وسائل الإعلام الجديدة: ليس فقط أن يصبح المستهلكون منتجين، ولكن المستهلكون -ليسوا بالضرورة نفس المستهلكين ولكن جميع المستهلكين عموماً - دائما ما يحددون كيفية استخدام هذه الوسيلة الجديدة. وهذا يعطي معنى جديدا لمفهوم المستخدم: ليس فقط الذي يستهلك أو يستخدم وسيلة؛ ولكنه في هذا الاستخدام المحض، يساعد على تحديد ماهية تلك الوسيلة. جون ديوي (1925)، الفيلسوف الأمريكي الذي قال إن أفضل تصور وتوصل إلى الحقيقة من خلال الاستخدام والخبرة الحقيقية، وليس من خلال التفكير والتحليل المسبق، كان قد سيوافق على ذلك.

هل تجعل ويكيبيديا المكتبات غير ضرورية؟

إذا لم تكن ويكيبيديا قد أصبحت تماما حتى الآن، ولكن قد تصبح، نوعا من الصحف،

فكيف يمكن مقارنة الموسوعة على الانترنت، والتـي لـديها، مبـدأياً، عـدد لا حصر لـه مـن المقـالات، بالكتاب والمكتبات المبنية من الطوب؟

كولن باول، وزير الخارجية في إدارة الـرئيس جـورج دبليـو بـوش الأولى (2001-2005)، كـان من المدركين الأوائل لأهمية ويكيبيديا. وأخبر فريـد زكريـا في برنامجـه GPS عـلى محطـة CNN في ديسمبر 2008 إنه عندما وصل إلى وزارة الخارجية في عـام 2001 ، نصـح الجميـع "تخلـص مـن كـل الكتب في مكتبك. لن تحتج أي منهم بعد الآن ، طالما لديك اثنين من محركات البحـث وويكيبيـديا. ثم تحديث الناس في محاولة مواكبة ويكيبيديا من حيث التغيرات في البلدان" .

باول، أيا كان ما سيقوله التاريخ عن العرض الذي قدمه إلى الأمم المتحدة، قبل حرب العراق في عام 2003، من إن صدام حسين كان يمتلك أسلحة دمار شـامل بيـنما اتضـح لاحقـا إنـه لم – كـان يقظا لشيء مهم عن ويكيبيديا ومزاياها المتفوقة على وسائل الإعـلام القديمـة، ونبـه إلى هـذا مبكـراً جدا. تعاني الكتب على الرف من عـدم القـدرة المطلـق عـلى تصـحيحها أو تحـديثها. جميـع وسـائل الإعلام المطبوعة، التي تقترن فيها الكلـمات بـالورق، غـير قابلـة للتغيـير بالمثـل ولا تختلـف في هـذا الصدد الحاسم عن الهيروغليفية المنحوتة في هرم (راجع ليفنسون ، 1997، للمزيد).

تفعل الصحف أفضل ما في وسعها في هذا المجال الجامد من خلال إصـدار طبعـات جديـدة يوميا- فعلت هذا حتى قبل انتصار وسائل الإعـلام الإلكترونيـة غالبـاً في منتصـف القـرن العشريـن- وتقدم متابعات وتحديثات على القصص الإخبارية، وكذلك تصحيحات. ولكن على عكس كتب العام الماضي، من المرجح أكثر أن تحشو صحف الشهر الماضي صـناديق التعبئـة عـن أن تقـدم معلومـات ناقصة.

تحمل الكتب في المكتبات -وحتى المنشورة على الانترنـت أو رقميـا- العـبء كوسـيلة إعـلام مرجعية. ولكن مثل الحقائق في الموسوعات المطبوعة، قد تكون المعلومات الواردة في هـذه الكتـب والمكتبات قديمة أيضاً، كما ذكر كـولن بـاول مـرة أخـرى في عـام 2001. إن الجـدل سيحسـم لصـالح ويكيبيديا أكثر من الكتب في المكتبات. لكن باول ذهب أبعد قليلا عندما قال أننا "لا نحتاج" الكتب بعد الآن، سواء في وزارة الخارجية أو العالم بأسره، ولايزال هذا التصريح بعيدا جـدا عـن التحقـق في

عام 2012.

ويكيبيديا لديها عيبان مقارنة بالمكتبات في عام 2012. الأول هو أنه لا شك إنها لا تملك بعض المعلومات المتوفرة في الكتب، سواء في السياسة الدولية أوالجغرافيا أو أي موضوع. ولكن هذا مثال كلاسيكي لما أسميه "نقد البرقة" (ليفنسون، 1988)- تقييم عجز وسيلة في وقت معين كما لو كان دائما، بدلا من كونه عمل جار، تماما كما قد نقول إن أحد المشاكل البرقة إنها كحشرة لا تستطيع الطيران. ليس هناك سبب للاعتقاد في هذا، في السنوات التي تلت ذلك، ستوجد المعرفة في أي كتاب على أي رف لن يكون في ويكيبيديا. بالطبع، نصيحة كولن باول حول عدم الحاجة إلى الكتب، رغم إنها لا تزال غير صحيحة اليوم، إلا إنها أصح الآن في عام 2012 عما كانت في عام 2001. ويمكننا أن نتوقع أن تصبح أكثر صحة بمرور الوقت في كل عام، وكل يوم، وكل ساعة.

ولكن ويكيبيديا تعاني من عيب ثان مقارنةً بالكتب، أبعد بكثير من مزمنة، وليس لها حل حالياً في الأفق. كما رأينا في الفصل السابق عن يوتيوب، أي شيء على الانترنت ، أي شيء يعتمد على وصلة أو عنوان URL لاسترجاعه، يفتقر إلى ما اسميه "إمكانية تعيين المكان بموثوقية" مقارنةً بالكتب. إذا كنت تقرأ هذه الكلمات حاليا في صفحة 77 - أو الكلمات في أي صفحة من هذا الكتاب، صفحة 33، 63 أي صفحة- والكتاب يتكون من صفحات مقيدة، هذة الكلمات ستكون هناك، في نفس الصفحات بالضبط ، سواء اليوم، وغدا، وفي العام المقبل، حتى بعد مائة سنة أو أكثر من الآن إذا وضعت الكتاب في مكان آمن. فعل وضع الكتاب على الرف عادة ما يكون كافياً للتأكد من أن الكلمات سوف تكون موجودة في المرة القادمة التي ستطالعها فيها، في نفس المكان بالضبط في الكتاب على الصفحة. ولكن أي شيء على شبكة الإنترنت، حتى موقع تحت سيطرتك تماما، ليس لديه هذة الموثوقية -يمكنك أن تقرر إغلاق الموقع في أي وقت. حتى الكتب الإلكترونية التي تحمِّلها على جهاز كيندل Kindle الخاص بك ليس لديها هذة الموثوقية، كما يوضح إزالة أمازون كتاب جورج أورويل (1984) من أجهزة كيندل في مختلف أنحاء الولايات المتحدة في عام 2009، قلقا على حقوق التأليف والنشر، وللسخرية، كتاب أورويل

عن السيطرة الكاملة على المعلومات في كابوس مجتمع المستقبل، مجتمع يتفـق مـع فعلـة أمـازون (راجع ليفنسون، 2009، للمزيد) .

الاستثناء الوحيد من توقع إمكانية تعيين مكان صفحات بموثوقيه في الكتب الورقيـة هـو أن تكون دودة كتب حقيقية أكلت بعض الصفحات، أو بعض الأسـباب غـير المتوقعـة الأخـرى الناتجـة من الأضرار التي لحقـت بصـفحات الكتـاب. حتـى الكتـب عـلى الـرف (راجـع بتروسـكي Petroski، 1999، لتاريخ وتأثير أرفف الكتـب)، يمكـن تـدميرها، قـد تتعـرض الصـفحات للتمزيـق أو الطمـس، وهذا يعني إن إمكانية تعيين مكان بموثوقية ليست ضمانة مطلقة لأن يظل النص باقياً في مكان ما. ولكن اقتران الكلمات المطبوعة بالورق دائم، وهذا يعنـي إن قرائهـا يمكـن أن يكـون لـديهم ضـمانا أكبر بكثير من أي شيء على شبكة الإنترنت، أو أي جهاز مثل كيندل الذي يتلقى الـنص مـن الويـب، إن الكلمات والصور ستكون كما توقعها، تتذكرها، تذكرها، أو تستشهد بها كمرجع في المستقبل.

ربما كانت ويكيبيديا، للتأكيد، أهم مصدر معلومـات ممكـن تعيـين مكانـه بموثوقيـة عـلى شبكة الإنترنت. يوجه قرائها/ محرريها اللا معدودين عناية كبيرة للتأكد من أية تغييرات في روابـط المقالات موجهة تلقائيا، وغالبا من أكـثر مـن مسـار أو هجـاء بديلـة لاسـم أو عنـوان مقـال، وكـما أوضـحنا سـابقاً في الفصـل ، تحـتفظ ويكيبيـديا بتـاريخ لكـل تغيـير أو تعـديل يـتم عـلى أي مـن صفحاتها كاملا ويمكن الوصول إليه. ولكن لا يزال النظام غير مثالي. مـثلا، المـادة التـي تـم حـذفها تماما قد تكون متاحة لمسؤولي ويكيبيديا فقط وليس للقراءة/التحرير العام. والسهولة الهائلة التـي يمكن بها حذف أي شيء من الإنترنت، إذا أراد مَنْ لديـه الإذن الـلازم إلغـاء شـيئ مـا، مـما يجعـل حتى دخول الإنترنت الأكثر أمانا أقل أمنا من أي كتاب قديم. في الواقع، تعترف ويكيبيديا بـالتلاشي المتأصل في مصادر الويب مقارنةً بالكتب ومصادر وسائل الإعلام القديمة الأخرى عن طريـق وضـع استشـهاداتها مـن عـلى شـبكة الإنترنـت في الجـزء السـفلي مـن المقالـة، مـع تحديـد لـيس فقـط تاريخ إنشاء صفحة الويب المستشهد بها، ولكن أيضا تـاريخ آخـر مـرة فحصـها محـرر ويكيبيـديا للتأكد من كونهـا لا تـزال عـلى الانترنـت عـلى العنـوان المشـار إليـه. ولـنفس السـبب ، ذكـرت في

قائمة مراجع الكتاب إن الروابط المذكورة فيه كانت جيدة حتى فبراير 2012.

بيت القصيد هو إن الكتاب الورقي على الرف أكثر موثوقية- من المرجح أكثر أن نجده عندما نحتاج إليه، أكثر من أكثر المواقع التي يمكن الاعتماد على شبكة الإنترنت حتى: ويكيبيديا . في 18 يناير، 2012، أغلق ويكيبيديا ليوم – أغلق نفسه- احتجاجا على SOPA (قانون وقف القرصنة على الانترنت)، ثم قيد نظر الكونجرس الأميركي. كان السبب دقيق-كان قانون وقف القرصنة على الإنترنت SOPA انتهاك آخر مقترح للتعديل الأول (راجع ليفنسون، 2012)- ولكن الدرس المستفاد من الإغلاق الطوعي مقلق بالنسبة لأولئك الذين يقدرون ويتوقون لإمكانية تعيين المكان بموثوقية أكبر على شبكة الإنترنت. لا يمكن لأي قرار، وسواء تم التوصل إليه بتوافق الآراء كما في ويكيبيديا أو بقرار شركة تقليدي كما في أمازون، أن يجعل الكتاب الورقي في مكتبتك الخاصة يغرق في الظلام. كما رأينا في ختام الفصل الثاني المتعلق بفيسبوك، أعمق القرارات المتعلقة بأحدث وسائل الإعلام الجديدة ليست في أيدي مستخدمي الوسائل الذين أضفت عليهم الوسائل سلطات لم يسبق لها مثيل. تبقى هذه القرارات، بما فيها ما إذا كانت الوسيلة ستعيش أم تموت. ستعمل أم تتوقف ليوم واحد، في أيدي وسائل الإعلام نفسها (ويحتمل أن تكون الحكومة) . وفي هذا الصدد، لا تختلف أحدث وسائل الإعلام الجديدة عن أقدم الوسائل في وسطنا .

وهكذا يبدو مستقبل الكتب والمكتبات القديمة في ظل خطر كلي غير قريب من ويكيبيديا وغيرها من أحدث وسائل الإعلام الجديدة، رغم إننا قد نتوقع من وسائل الإعلام غير المتصلة بالإنترنت لعب دور مرجعي متناقص في حياتنا. (وفي مجال الترفيه، بينما وسائل الإعلام المتصلة بالإنترنت Netflix تقدم عددا متزايدا من الأفلام والبرامج التلفزيونية على موقعها على الانترنت، بدلا من أقراص الفيديو الرقمية DVDs المرسلة في البريد.) ورغم إن الكتب تُحظر وتُحرق على مر التاريخ، فإن الاستحالة العملية بإعدام كل النسخ من كتاب بمجرد طباعتها وتوزيعها، يجعلها غير معرضة للخطر لاستكمال الحظر الذي توجهة الحكومة، أو السلطات التجارية، أو الدينية.

وهذة ليست حالة أي شيء على الانترنت، بما في ذلك ويكيبيديا، كما سنرى سببا آخرا في الجزء الختامي من هذا الفصل.

المملكة المتحدة ضد ويكيبيديا

موسوعة عن هذا النوع الأخير من النصوص يتوقع المرء أن تُحظر-كلمة "موسوعة" تحديداً تعني شيء ممل، خصوصا في المملكة المتحدة، حيث نشرت الموسوعة البريطانية الأولى، في اسكتلندا في سبعينات القرن قبل الماضي 1770. من ناحية أخرى، كانت الموسوعات مزعجة سياسيا لبعض الأنظمة، ولكن لم تكن هذة المشكلة التي واجهتها ويكيبيديا في المملكة المتحدة في ديسمبر 2008 (كيرك Kirk،2008).

كان غلاف ألبوم منشورة على ويكيبيديا –قاتلة عذراء بواسطة العقارب، من عام 1976 والذي جذب اهتمام مؤسسة مراقبة الإنترنت في المملكة المتحدة (انترنت ووتش فونديشن IWF) ، التي وضعت الألبوم على قائمتها السوداء بسبب صورة الفتاة العارية على غلافها (رغم إن منطقة العانة لا يمكن رؤيتها بوضوح، بسبب تأثير تصدع الزجاج في الصورة). لا تنتمي مؤسسة مراقبة الإنترنت إلى حكومة المملكة المتحدة، ولكن مقدمي خدمات الإنترنت البريطانيين، الذين تتوقع منهم الحكومة الحفاظ على معايير اللياقة، أخذوا القائمة السوداء على محمل الجد. والنتيجة: منع نحو 95 في المئة من مستخدمي الإنترنت البريطانيين من ويكيبيديا لمدة ثلاثة أيام حتى رفعت مؤسسة مراقبة الانترنت الحظر (رافاييل، 2008؛ كولينز، 2008). هذا صحيح: تم منع جميع مستخدمي الإنترنت البريطانيين من ويكيبيديا بسبب غلاف ألبوم واحد. رغم إن النية كانت منع الصفحة المخالفة "وتأتي الخطوة الأولي يوم الجمعة الماضي من جهة مؤسسة مراقبة الإنترنت، التي تعمل كرقيب . . . على محتوى الإنترنت المرئي في المملكة المتحدة مما يعني إن بعض الناس لم يتمكنوا من رؤية أي صفحات على ويكيبيديا على الإطلاق، بينما لم يتمكن آخرون من تعديل صفحات على الموسوعة التي يقدمها المستخدمون" (آرثر Arthur، 2008) .

كما حدث مع الحظر الباكستاني ليوتيوب لعدة ساعات في فبراير 2008 ، يسلط حجب ويكيبيديا في المملكة المتحدة بسبب صفحة مثيرة للتساؤل، الضوء مرة أخرى على العرضية العميقة في أحدث وسائل الإعلام الجديدة -الحقيقة الصارخة

التي لكل السلطة الموضوعة في أيدينا، ولكنها في الأساس ليست تحت سيطرتنا. رغم إن أحدث وسائل الإعلام الجديدة قد تكون خارج نطاق سيطرة (لجنة الاتصالات الاتحادية FCC) أو أي إشراف حكومي آخر في الولايات المتحدة -في الوقت الراهن- فإنها تخضع لمراقبة و منع في أجزاء أخرى من العالم . في حالة ويكيبيديا ، يمكن أن يكون هذا مدمراً للغاية، لأن كل قارئ غير قادر على الوصول إلى ويكيبيديا هو أيضا محررغير قادر على الكتابة أو العمل للتوصل إلى توافق في المناقشات التحريرية، التي هي شريان الحياة لموسوعة الانترنت. (كولينزCollins، 2008، ذكر إن الحظر "خلّف الملايين من البريطانيين غير قادرين على إجراء تعديلات على موقع ويكيبيديا.") والترابط بين كل شيء في أحدث وسائل الإعلام الجديدة -في حالة ويكيبيديا، بين كل صفحة وصفحاتها الأخرى- يعني إن حظر صفحة واحدة جعل الموسوعة كلها غير متاحة ولا يمكن لأي شخص الوصول إليها عن طريق الإنترنت في البلد الذي كان الحظر سارياً فيها. وهو ما يعادل وضع قفل على محل بيع الكتب أو مكتبة بأكملها، فقط للحفاظ على كتاب واحد من أيدي الجمهور.

بالطبع، في حالة الحظر الباكستانية، لم تكن هي البلد الوحيد المتضرر، إنما كذلك الوصول إلى موقع يوتيوب في جميع أنحاء العالم. لم يُغلق محل بيع الكتب فحسب، إنما كانت كل محلات بيع الكتب في جميع أنحاء العالم خلف المصاريع المغلقة أيضا.

بافتراض، إن التقنيات الجراحية الرقمية عاجلا أو آجلا ستكون قادرة على استبعاد الصفحة المخالفة فقط، أو إزالتها من العرض العام ماالذي يعتبره الرقيب ورماً، بدلا من إغلاق عضو حيوي بكامله من أحدث وسائل الإعلام الجديدة. ولكن تبقى المشكلة الأساسية: الهيكل الحالي لأحدث وسائل الإعلام الجديدة وقنواتها تجعل من السهل جدا حظرها من جانب السلطات المركزية. والمفارقة الصارخة هي إن الهندسة الرقمية التي تجعل أحدث وسائل الإعلام الجديدة الأكثر دمقرطة في تاريخ البشرية؛ تمنح أيضا الحكومات والسلطات الأخرى المزيد من قوة الحظر أكثر مما كانت لدى الكنيسة الكاثوليكية في أي وقت مضى على كتب جاليليو قبل نحو 400 عاما.

مشكلة القرية العالمية، من منظـور مكافحـة الرقابـة، هـو إن العـالم كلـه يمكـن أن يكـون خاضعاً للرقابة فقط من خلال فـرض الحمايـة عـلى عـدد قليـل مـن بـائعي المعلومـات المجانيـة في الشارع الرئيسي. إذا تم سن مقترح وقـف القرصـنة عـلى الإنترنـت SOPA بتمكينـه للحكومـة مـن إغلاق مواقع الإنترنت في الولايات المتحدة إلى قانون، فإن الجهاز العصبي المترابط للعالم بـأسره كـان يمكن أن يكون معرضا للخطر.

ننتقل في الفصل القادم إلى المدونات، التي تصدرت المناقشات حول حرية الصحافة، أكثر من أي نشاط لأي من أحدث وسائل الإعلام الجديدة الأخرى.

الفصل السادس

التدوين Blogging

وغالبا ما يشار إلى المدونين باعتبارهم "مواطنين صحفيين"، للتأكيد على حقيقة إن ليس لزاماً على المدون أن يكون صحفيا محترفا ليكتب وينشر عن الأخبار. ولكن صفة "مواطن" لا تزال غير كافية للتعبير عن نطاق الحرية الذي اسبغه علينا التدوين. والحقيقة هي إنه ليس لازما أن يكون الشخص من مواطني هذا البلد أو أي بلد معين، أو أن يكون راشدا، أو لديه أي سمة أخرى غير القدرة على القراءة والكتابة لكي يدون.

خذ بعين الاعتبار وضع نصب عينيك على سبيل المثال، ما يلي، رغم أنني أستاذ في دراسات الاتصال ووسائل الإعلام، فليس لدي الخبرة المهنية في السياسة. أنا مجرد مواطن. ولكن، حتى لو لم أكن. . .

كان ذلك في الماضي في صباح 7مايو 2008. وكان تسعة وتسعين في المئة من الأصوات أتت أخيرا من الانتخابات التمهيدية الرئاسية للحزب الديمقراطي في ولاية انديانا. وفازت هيلاري كلينتون باثنين في المئة فقط. وقبل ساعات قليلة، حقق باراك أوباما فوزا كبيرا في ولاية كارولينا الشمالية. كتبت تدوينة قائلا إن باراك أوباما سيكون المرشح الديمقراطي للرئاسة.

نشرت ذلك ليس فقط على مدونتي التليفزيونية والسياسية InfiniteRegress.tv ؛ بل وعلى مدونتي على ماي سبيس أيضاً. وضعت روابط إليها على فيسبوك وديج Digg. ومدونتي على الأمازون نشرتها تلقائيا عبر "التلقين". كما ظهر رابط لتدوينتي تلقائياً على تويتر.

وذكرت "عدادت الحالة" المتنوعة الخاصة بي إن الآلاف قرأوا تدوينتي في غضون ساعة من نشرها.

قبل بضعة سنوات فقط، كان المُستقبِل المُمكِن لأفكاري حول هذا التطور السياسي الحاسم ، بعد لحظات من حدوثه في منتصف الليل، كان سيكون زوجتي. ربما كنا تحدثنا عن النتائج في ولاية انديانا. كما كان ممكناً أن أكتب عنها وأرسل ذلك إلى عدد من المجلات على الانترنت، ولكن لم يكن لكلامي أن يُنشر تلقائيا. إذ يحتاج لموافقة حُراس البوابة- أو المعروفون باعتبارهم محررين، الذين على الأرجح لن يكونوا في العمل حتى الصباح التالي .

منذ بداية الجنس البشري، ومنذ المرة الأولى التي تحدث فيها شخصان، كان الكلام سهل انتاجه واستهلاكه. ويمكننا التبديل بسهولة بين موقعي الاستماع والتحدث. ولكن يفتقر الكلام إلى الدوام، واخترعنا الكتابة لحماية ما قد تفقده ذاكرتنا. كانت الكلمة المكتوبة أيضا كانت بنفس السهولة تقريباً في إنتاجها واستهلاكها – الكتابة الجيدة أكثر صعوبة من أن تكون قادرا على القراءة، ولكن أن تكون متعلم كان ولازال يعني أن تكون قادرا على الكتابة وكذلك القراءة. طالما ظلت الكلمات المكتوبة شخصية، وفردية، وليست منتجة جماهيرياً، فإن عملية الكتابة -على الأقل كتابة شيء موجز- وكان على على نفس نطاق اتساع القراءة.

المطبعة غيرت كل ذلك. وفتحت أبوابا كثيرة. وجعلت الأناجيل، وتقارير رحلات كولومبوس، والأطروحات العلمية متاحة بسهولة لملايين القراء. لكنها أنهت المساواة بين المستهلكين والمنتجين، وغيرت نسبة واحد إلى واحد جذرياً التي كان فيها كل قارئ هو أيضا كاتب تقريباً. ساهم انتشار السكان الواسع فيما أصبحت عليه الكتب، والصحف، والمجلات.

والآن المدونات بدورها حولت وعكست كل ذلك. رغم إنه مازال عدد قراء المدونات أكثر من كُتابها، فإن أي قارئ يمكنه أن يصبح كاتباً، إما عن طريق التعليق على مدونة شخص آخر، أو بجهد أكثر قليلا، يمكنه بدء مدونته الخاصة. أكثر من 165 مليون مدونة كُتبت في عام 2011.

رغم إن التحدث أسهل من الكتابة، فإن نشر الكتابة في شكل رقمي -على الانترنت- يتطلب إنتاج أقل من نشر الصوت أو مقاطع سمعية بصرية من الكلمات المنطوقة على الانترنت. في الحقيقة، لا يتطلب نشر مدونة مكتوبة أي إنتاج على

الإطلاق أبعد من الكتابة ونشر أولي للكتابة. عُرف "التسجيل على ويب Web-logging" باسم "التدوين blogging" منذ عام 1997 (ماكيلاMcCullagh وبروش Broache، 2007، ولكن راجع أيضا مراجعة كاتي هافنر Katie Hafner لصحيفة نيويورك تايمز،1999، عن مدونة هيذر آن هلبرت Lemonyellow.com ، والتي عرفت بإنها "مذكرات فكرية على الإنترنت"). لها جذور في العصر الرقمي في "مؤتمرات الكمبيوتر" ولوحات الرسائل التي ترجع إلى 15 عاماً على الأقل (ليفنسون، 1997)، وبالتالي أصبحت أول لاعب كبير في ثورة أحدث وسائل الإعلام الجديدة.

تاريخ مصغر من الكتابة الإلكترونية

كان للكتابة دائما بعض المزايا أكثر من التحدث كوسيلة للتعبير الإنساني. لم تكن الكتابة دائمة، على نقيض جودة الحديث العابرة الفورية، ولكن تسمح الكتابة أيضاً بسيطرة أكبر للمرسل على الرسالة. أي متحدث غاضب، سعيد جدا، أو حزينا للغاية يجد صعوبة في إخفاء تلك المشاعر أثناء الكلام. ولكن نفس المشاعر يمكن ألا تظهر على الإطلاق في وثيقة مكتوبة، إلا إذا اختار الكاتب جعل تلك المشاعر واضحة. وهو أحد أسباب تفوق الرسائل النصية عن الحديث في الهواتف المحمولة الموجودة في أيدي الأشخاص الأصغر من 45 عاماً في جميع أنحاء العالم (تقرير نيلسن Nielsen عن الموبايل، وناقشه فينين Finin، 2008).

ولكن بعد إعطاء دفعة هائلة لنشر الكلمة المكتوبة من خلال الصحافة المطبوعة، فإن تقدم الكتابة في تطوير وسائل الإعلام كان بطيئا. أعطى التلغراف في ثلاثينات القرن قبل الماضي الكلمة المكتوبة القدرة على الارسال إلى أي مكان في العالم –أو أي مكان متصل بالأسلاك والكابلات- فورياً. ولكن شرط وجود مشغل التلغراف لتحقيق ذلك ، فضلا عن شخص لتسليم البرقية، لم تعمل فقط ضد فورية هذا الاتصال الإلكتروني ولكن جعلته أيضاً أكثر بكثير من رسالة شخصية مكتوبة. كان أن تعلن حبك في رسالة شيئ وأن تنطق هذه الكلمات لمشغل التلغراف لإرساله إلى المتلقي شيئاً أخرا تماماً.

مع ذلك أدى التلغراف إلى ثورة في إرسال الأخبار عن طريق السماح للصحفيين تقديم القصص الإخبارية إلى صحفهم فوراً. بدأ بارون جوليوس فون

ئـرويتر Baron Julius von Reuter خدمتـه الإخباريـة بـالحمام الزاجـل، والتـي تمكنـت مـن نقـل الأخبار بسرعة أكبر عن طريق القوارب عبر بحر المانش. ولكن تحولت وكالة أنبـاء البـارون في وقـت قصير إلى الاعتماد على التلغراف. وسليلتها الناجحة اشترتها شركة طومسون مقابل 15.8 مليـار دولار في 2008 (أسوشيتد برس، 2008).

يأخـذ التـدوين نشر الخـبر والـرأي خطـوة كبـيرة أبعـد مـن التلغـراف عـن طريـق السـماح "للصحفيين" –بعبارة أخرى، الأشخاص، والجميع- تقـديم قصصـهم فـوراً لـيس مـن خـلال صـحفهم ولكن على مدوناتهم، ومن خلالها، إلى العالم بأسره. ولأن المدونات تحـت رئاسـة التحريـر الشخصـية للكاتـب، فـيمكن أن تكـون عـن أي شيء يـرضي الكاتـب عـلى عكـس الصـحف، والمجـلات، حيـث المحررين المهنيين-وليس الكُتاب- عادةً ما يقررون موضوع القصص الإخبارية.

هذة الشخصنة أو "غير المهنية" للاتصال هي إحدى الخصائص المميزة لأحدث وسائل الإعلام الجديدة. لم تكن معروفة حتى انتشـار الفـاكس في الثمانينـات، وظهـور البريـد الإلكـتروني في نفـس الوقت تقريبـا، حتـى اسـترجع الكاتـب أخـيرا الخصوصـية والسـيطرة عـلى الكلمـة المكتوبـة. ولكـن الفاكس كان من أجل الاتصال من شخص – شـخص في المقـام الأول- يشـبه التلغـراف إلى حـد كبـير. وحتى رسائل البريد الإلكتروني المرسلة إلى مجموعات كانت أقـل مـن قطـرة في بحـر وصـول وسـائل إعلام جماهيرية مثل الصحف. بينما تجمع المدونات بين أفضـل مـا في كلـيهما- السـيطرة الشخصـية من البريد الإلكتروني والوصول الكبير من وسائل الإعلام الجماهيرية.

التدوين عن أي شيء، إلى الأبد

السيطرة الشخصية للكاتب على مدونته تعني إن المدونة يمكن أن تكون حول أي موضوع، لـيس خبرا فقط. في مساء يوم 29 مايو 2008، تلقت مدونتي 20 ألف "ضربة" على صفحة (آراء الصفحة) كنت كتبتها منذ عام ماضي، عن نهاية موسم السابق لمسلسل (مفقود Lost)، وكانت التدوينة بعنوان (الموسـم الثالث النهائي: "عبر المرآة"). هذا التطور، يحدث على المدونات طول الوقت، ويسلط الضـوء عـلى سـمتين

هامتين للمدونات، ولاسيما أحدث وسائل الإعلام الجديدة بشكل عام. الأمر الأول هو أن أي شخص يمكنه التدوين عن أي شيء -أنا أستاذ جامعي ومؤلف، ولست ناقدا تلفزيونيا مهنياً. والأمر الثاني هو إن تأثير منشور المدونة، بما فيه متى يكون حده الأقصى، لا يمكن التنبؤ به. منشور مدونتي عن (مفقود) تلقى بشكل مفاجيء آلاف الزيارات على الانترنت بعد فترة وجيزة من كتابته في عام 2007، ولكن كان ذلك أقل من نصف عدد الزيارات أو الضربات التي تلقاها في ذلك اليوم بشكل مفاجيء بعد عام من كتابته في عام 2008.

الدوام هو أحد أكثر الجوانب الثورية في أحدث وسائل الإعلام الجديدةو يميزها جميعاً –كما رأينا مؤخراً مع يوتيوب في الفصل الرابع -وليس فقط التدوين. كانت الطبيعة العابرة إحدى السمات الرئيسية لوسائل الإعلام الإلكترونية القديمة، مثل الراديو والتلفزيون. مثل الكلمة المنطوقة شخصيا، يذهب الكلام في الإذاعة والتلفزيون بمجرد نطقه. أدى هذا التلاشي إلى توجيه لويس مومفورد (1970، ص 294) انتقاده إلى مشاهدي التلفزيون باعتبارهم في "حالة من الذهان الشامل" التي يكون فيها "الشخص" حبيس "قفص الحاضر الذي يقطعه عن ماضيه ومستقبله." من الواضح إن مومفورد لم يكن واعياً بمسجلات الفيديو المهنية و كاميرات فيديو "بورتباكportapak" التي كانت بالفعل تمنح التليفزيون بعض الدوام في عام 1970 (راجع ليفنسون، 1997، لمزيد من انتقادي لـمومفورد)، لكنه لم يكن مخطئاً بالتأكيد في تقديره إن وسائل الإعلام الإلكترونية في عصره قدمت معلومات أقل دواما وثباتا بكثير من المنقولة بالطباعة. بدأت الموجة الأولى من وسائل الإعلام الجديدة الرقمية – ويب منتصف التسعينات- في استثمار اتصالاتها مع ديمومة أكثر. ولكن إلى أن أصبح استخدام "الروابط الثابتة Permalinks" واسع النطاق، وهو تطور انتظر ظهور التدوين في السنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين، تفتقر الوثائق على الويب إلى أي شيء عن بُعد مثل "الموثوقية في إمكانية تعيين مكان" كلمات على صفحات كتب على الرفوف ناقشناها في الفصل السابق (راجع أيضا ليفنسون، 1998؛ وليفنسون، الهواتف المحمولة، 2004؛ وليفنسون، "سر الثروات"، 2007، للمزيد) .

رغم إن صفحات المدونة لا تزال تفتقر إلى إمكانية تعيين المكان بموثوقية مثل الكتب –من الأسهل للمدون إزالة منشور، أو مدونته بالكامل عن كتابة منشور جديد- فإن توافرها الفوري إلى أي شخص، في أي مكان، لديه اتصال بالإنترنت قد يمنحها بطريقة ما استمرارية شبكيية أكبر(تلاعب بالألفاظ مقصود)، استمرارية لمزيد من الأشخاص، أكثر من أي كتاب. إذا كان النص متاح على شبكة الإنترنت لفترة عشرة سنوات لملايين الأشخاص، هل هذا استمرار للثقافة أقل أم أكثر من إتاحة ألف كتاب لمدة 100 سنة على رفوف المكتبة؟ بالطبع، قد يكون من الأفضل إتاحة صنع روابط ثابتة Permalinks بسهولة، جنبا إلى جنب مع إمكانية وصول عدد هائل من الناس إليها، مما يجعل محتويات المدونات أكثر ديمومة، على المدى الطويل، من الكتب المطبوعة- رغم هذا، لا تزال الكتب المطبوعة أفضل رهان لقوة الاستمرارية، على المدى القصير.

وبالتالي فإن ميزة منشور المدونة ليس إنه فورياً ويمكن الوصول إليه عالميا فحسب، ولكن ، مثل فيديو يوتيوب، يمكن أن يستمر منشور المدونة إلى الأبد. وهو، بالطبع، ملتزما بسمات الويب ،سواء كان صورة أو فيديو أو نص، مما يعني إنه ليس فقط قابلا للحذف بسهولة من صفحة معينة ولكن من حيث المبدأ من جميع الصفحات ولكن من المستحيل حذفه من كل مكان. لأنه، كما رأينا في الفصل الثاني عن صفحات الفيسبوك، يمكن لأي شخص عمل نسخة ونشر الموضوع على مدونته أو صفحته على الويب. وبمجرد تحميل أي مادة سواء كانت صورة أو فيديو أو نص إلى جهاز محمول في يدك، فإنها تتجاوز قدرة أي نظام على شبكة الإنترنت على المحو (إلا إذا كان نصه على جهاز كيندل أمازون). فورية أحدث وسائل الإعلام الجديدة وسهولة محو أو منع الوصول إلى محتواها يمكن أن يخفي هذا النوع من الدوام من خلال نشر وإعطاء انطباع إن كل شيء منشور على الإنترنت يأتي ويذهب بسهولة. ولكن، في الواقع، إمكانية عدم زوال أي شيء منشور على الانترنت قد يكون، حرفيا، أكثر سماتها ديمومة .

يمكننا القول أيضا إن السيادة التي يتمتع بها المدون على مدونته - والتحرر من حراس البوابة الأجانب ("أجانب" كونهم شخص آخر غير المدون نفسه)

تجد حدودها ليس فقط في النظام الأكبر الذي تتواجد فيه المدونة (بلوجسبوت، وورد برس، أيا ما كان -راجع الجزء القادم عن منصات التدوين)، بل في قدرة أي شخص على نسخ أيا ما كان في المدونة، بغرض الاحتفاظ به أو نشره.

إدارة التعليق

وتتعلق سيادة المدون أيضا بحراسة البوابة بطريقة مختلفة: رغم إن المدون لا يخضع لحراسة البوابة أي شخص آخر، ويصبح المدون نفسه حارس البوابة في قرار ما اذا كان سيسمح بتعليقات الآخرين على المدونة، وإذا كان الأمر كذلك، فكيف سيديرها. إيجابيات وسلبيات حراسة البوابة أو إدارة التعليقات على مدونة الشخص صريحة. تسمح إدارة التعليقات، بدلا من السماح بنشرها تلقائيا، للمدون استبعاد التعليقات المخربة من المدونة. ولكن مثل هذة الإدارة من شأنها إبطاء وتيرة المدونة ما لم يكن المدون على الانترنت في كل دقيقة من اليوم، والنتيجة إن التعليق الممتاز، الذي يمكن أن يثير مزيد من التعليقات الممتازة سوف يترك في انتظار الموافقة.

هل تستحق حماية المدونة من التعليقات غير المرغوب فيها مثل هذا تباطؤ المرجح وخنق حتى محادثة جديرة بالاهتمام؟ هذا يعتمد على ما يعتبره المدون والعالم الأوسع من القراء غير مرغوب فيه. بالتأكيد يمكننا رؤية لماذا ينبغي ألا يتم منع حتى الخلاف الشديد مع مواقف المدون السياسية، أو تحليل برنامج تلفزيوني. بالطبع يمكن للمدون استخدام هذه الانتقادات عادةً كانطلاقة لتوضيح رأي المدون المبدأي. ويمكن أن يسأل تعليق "لكن ألا تظن إن التمويل الضخم للمرشحين يقوض ديمقراطيتنا؟"، ويمكن أن يرد المدون "لا، لا أظن"، ويستمر في شرح كيف يمكن للناس تمييز الحقيقة من الزيف بغض النظر عمن يدفع للرسالة.

ولكن كل هذا متروك لحكم المدون. ما قد يعتبره مدون تعليقا مخرباً قد يعتبره مدون آخر باعثاً على القيمة، والنقاشات المتعددة. أو قد لا يرغب مدون معين في أي تعليقات على الإطلاق، مفضلا أن تكون مدونته في اتجاه واحد بدلا من وضع الاتصالات التفاعلي .

يستطيع المدونون أيضا تثبيت نظام CAPTCHA ("اختبار تورينج العام التلقائي بالكامل لإخبار أجهزة الكمبيوتر والبشر بشكل منفصل")، والذي يتطلب من

المعلقين الإجابة على سؤال يطرحه الكومبيوتر (مثلا، إعادة إنتاج سلسلة ضبابية من الأرقام والحروف) مصممة لتمييز الأشخاص المعلقين من البريد المزعج الآلي. بالطبع اختبار تورينج العام التلقائي لن يدخل إلى الطريقة التي يعتزم بها إنسان إدخال تعليق بذيء أوتخريبي في مدونة.

بشكل عام، قد يأخذ المدونون الذين يريدون تشجيع التعليقات في اعتبارهم المبدأ التالي: فقط احظر أو أزل التعليقات إذا كنت تعتقد إنها سوف تثبط تعليقات أخرى منك ومن القراء. مدونة من دون تعليقات مثل طائر عاجز عن الطيران: قد تقدم المدونة إسهامات هامة أو تجلب الارتياح لكاتبها، ولكنها سوف تفتقد إلى أحد السمات الاجتماعية المميزة لأحدث وسائل الإعلام الجديدة -التفاعل مع الجمهور. (ولكن راجع نقاش كاتي سييرا Kathy Sierra في قسم "النميمة والتسلط عبر الإنترنت" في الفصل التاسع المعنون " الجوانب السلبية من أحدث وسائل الإعلام الجديدة"، على ما يمكن أن يحدث عندما تصبح التعليقات مؤذية. وراجع كينيدي، 2012، تعليقه على قرار نيو هيفن اندبندنت New Haven Independent بأن تتخلص من التعليق، لأنه "انزلق إلى جوانب سيئة ويعمل خارج الإطار".)

التعليق كجوقة يونانية واسعة الانتشار

كتابة تعليق في مدونة شخص آخر، أو أي منتدى على شبكة الإنترنت، في سهولة التدوين وربما حتى أسهل. كل ما يحتاجه المعلق هو إدخال تعليق في مدونة موجودة بالفعل. في الواقع، إدخال تعليق على مدونة شخص آخر يمكن أن يكون وسيلة فعالة جدا لترويج مدونتك. إذا كان تعليقك حول موضوع تدون عنه ووقعت تعليقك- أي أن، تعليقك ليس باسم مجهول (راجع قسم "مجهولية الاسم في التدوين" لاحقا في هذا الفصل)- فإن قراء تعليقك يمكنهم الوصول لمدونتك بسهولة. يمكنك تشجيع هذا الاكتشاف لمدونتك عن طريق تضمين وصلة لها في تعليقك، ولكن بعض المدونين لترويج مدونات الآخرين ويقدمون اعتراض (إما عن طريق إدخال تعليق يقول "رجاء لا تستخدم مدونتي في ترويج مدونتك" أو عن طريق إزالة تعليقك –راجع"توترات إضافية بين أشكال من أحدث وسائل الإعلام الجديدة والأشكال الأقدم" لاحقا في هذا الفصل لمزيد من التفاصيل).

كمدون، أرحب بالتعليقات مع وصلات -طالما إن التعليقات والوصلات متصلة بالنقاش المثار وليست إعلانات مزعجة عن بيع الذهب بأسعار منخفضة. لأن، مهما كان دافع المعلق، تخدم التعليقات غير المزعجة مزيداً مما أسماه كومينيوس Comenius منذ قرون مضت "التعليمي الرائع" (1896/1649).

بالنظر إلى إن مدخلات المدونة على أنظمة وسائل الإعلام الجديدة مثل مجلة انترتينمنت ويكلي أو يو أس أيه توداي تجذب بانتظام مئات التعليقات –وعلى مدونات الهواة من أحدث وسائل الإعلام الجديدة (مثل مدونتي). في أي مكان من لا شيء، إلى قليل، إلى بضع مئات من التعليقات في بعض الأحيان لكل مُدخَل -التعليق هو الشكل الأكثر شيوعا للخطاب المكتوب المستدام في عالم أحدث وسائل الإعلام الجديدة. التعليقات على صفحات فيسبوك ويوتيوب النشطة يمكن عدهم بالآلاف، وهي جزء من ثقافة التعليق. (نقاشي مع جاك ثومبسون، عام 2006، عن العنف في ألعاب الفيديو، موضوع على موقع يوتيوب في عام 2007، وعليه أكثر من 3700 تعليق حتى شهر فبراير 2012.)

في أفضل حالاتها، لا تعمل التعليقات كصوت للناس فقط؛ بل وكناقلات للحقيقة و التصحيح إلى منشورات المدونة، وفيديوهاتها، و أي بند على شبكة الانترنت. في هذه القدرة، يجسد التعليق البديل الديمقراطي للمعلومات المدفوعة بالخبراء التي هي إحدى السمات المميزة لأحدث وسائل الإعلام الجديدة، وتم تطويرها إلى أحد الفنون الجميلة في ويكيبيديا (راجع الفصل الخامس). أما في أسوأ حالاتها، يمكن أن تكون التعليقات وسائل لمتصيدي الإنترنت من أجل جذب الانتباه، ويمكن أن تتلف أو تعرقل المحادثة على الانترنت (راجع الفصل التاسع للمزيد) . وفي حالة البين بين، التعليقات هي جوقة يونانية من عالم أحدث وسائل الإعلام الجديدة واسعة الانتشار.

" هل هي حقيقة – أم إنني حلمت بها- إن عن طريق الكهرباء، أصبح العالم عصب كبير، يهتز عبر آلاف الأميال في نقطة زمنية لاهثة؟" تسأل كليفورد شخصية رواية ناثينال هوثورن Nathaniel Hawthorneعن التلغراف في بيت الجمالونات السبعة(The Seven Gables 1851/1962، ص239) في الواقع

كان ذلك حقيقة وقتئذ. ولكن ليس بنفس القـدر عنـدما تحـدث مارشـال ماكلوهـان عـن "القريـة العالمية" في جوتنبرج جالاكسي (كتاب مجرة جوتنبرج) في عام 1962. وبأي حال من الأحوال بقدر ما الآن، عنـدما حققـت رؤى هوثـورن وماكلوهـان إدراكهـم الكامـل في مئـات الملايـين مـن تعليقـات فيسبوك، ويوتيوب، و165 مليون مدونة في جميع أنحاء العالم في أي لحظة .

المعلقون كمصححون

أحاول الحصول على مراجعاتي عن البرامج التلفزيونية المنشورة على مـدونتي تراجـع لانهـائي في غضون دقائق قليلة من ختام الحلقة المعروضة على شاشات التلفزيون، والتي تعمـل عـلى زيـادة عدد الناس الذين سوف يقرأون تقييمي.

ولكن هذا الجدول الزمني الضيق لا يجعل التقييم دائماً واقعيـة تمامـا. عملـت نقطـة لـذكر أسماء الممثلين والممثلات، إذا لعبوا أدوارا مهمة في عرض قدمت تقييم له، لكن أحياناً ما يكون هـذا غير متاح على شبكة الإنترنت، سواء على موقع العـرض نفسـه عـلى شـبكة الإنترنـت أو عـلى موقـع قاعدة بيانات الأفلام على الإنترنت IMDB .

في 12 أكتوبر 2007، كتبت تقييم للحلقة الثانيـة عشرة مـن الموسـم الأول لمسلسـل محطـة AMC (رجال مجانين) على مدونتي. كانت حلقـة ممتـازة، و ذكـرت في تقييمـي إن "أفضـل مشـهد جنس/رومانسي بالنسبة لي كان في هذا العرض هاري (اسحق اسيموف!) (الذي لعبـه ريـتش سـومر Rich Sommer) وتلك السكرتيرة (التي لعبتها XXXX). كان "هاري" هو هاري كرين، الذي يبـدو، في رأيي على الأقل مثل كاتب الخيال العلمي اسحق اسيموف في الخمسينات والستينات. (يمكنك أن ترى صورتيهما جنبا إلى جنب في "مقابلتي مع ريتش سومر"،2007.)

ولكن بـالعودة إلى التعليقـات كتصـحيحات، والسـبب إننـي كتبـت "التـي لعبتهـا XXXX" في الفقرة السابقة، من منشور مدونتي الأصلي، وذكـرت اسـم الممثلـة خطـأً. كنـت قـد بحثـت في موقـع قاعدة بيانات الأفلام على الإنترنت IMDB وكل موقع له صلة قد أجده على شبكة الإنترنت. لم أسـتطع إيجاد ممثلة موصوفة بإنها لعبت بجانب ريتش سومر على الأريكة. لذا تمعنت في أياً ما كانـت الصـور التـي وجـدتها لممـثلات لعـبن دور سـكرتيرات في (رجـال مجـانين)، وانتهيـت إلى الممثلـة الخاطئـة

باعتبارها لعبت دور "تلك السكرتيرة".

أول ما تعلمته من خطأي كان عبر تعليق في مـدونتي، مكتـوب بعـد حـوالي 30 دقيقـة مـن نشر تقييمي. ويقول "يا بول. أقرأ تقييماتك كل أسبوع. شكرا على الكلمات الرقيقـة، وللمسـاعدة في التقدير. نحن نقدر ذلك حقا! تصحيح هام: لعبت دور هيلدي الممثلة جولي جوناثان ماكنيفين. إنها تستحق الاشادة الكاملة لعملها المذهل!"

والمعلق لم يكن سوى ريتش سومر! تبادلنـا رسـائل البريـد الإلكـتروني بعـد ذلـك، وقابلتـه في برنامجي(ضوء على ضوء) من خلال بودكاست بحلول نهاية الشهر.

ولكن، وبصرف النظر عن لطافة التدوين عن ممثل، ثم اتصاله بـك عـلى المدونـة - وهـو مـا حدث لي أكثر من مرة ومثال جيد على توازن أحدث وسـائل الإعـلام الجديـدة، والتـي يسـتطيع بهـا الأشخاص المشهورون وغير المشهورين الاتصال بسهولة أكثر- تعليق ريتش سومر بما فيه من تصحيح لخطأي في تحديد الممثلة التي ظهرت في مشهد معه، يسلط الضوء على الدور الهـام الـذي يمكـن أن تؤديه التعليقات كمصححين في المدونات.

من حيث المبدأ، ليس العالم كله قـراءة فقـط، مـا تكتبـه عنـدما تـدون فقـط ينتظـر هنـاك كشـبكة أمـان محتملـة ومصـدر تصـحيح أي أخطـاء قـد تفعلهـا. هـؤلاء القـراء مثـل كثـير مـن القراء/المحررين في ويكيبيديا، باستثناء إن القارئ/المعلق على المدونات من المرجح أن يكون مجتمع أكثر انتشارا، أكبر ولكن أقل تصميم على إيجاد وتصحيح الأخطاء.

بالطبع، ليس كل التعليقات مفيدة، وربما يكون بعضها معاديا. ولكن تصـحيح تقييمـك مـن خلال من كان موضوع تقييمك، في غضون نصف سـاعة مـن الـنشر، هـو أمـر جديـد تحـت شـمس وسائل الإعلام، مالم يكن تقييمك على بث تلفزيوني مباشر، وتصادف إن الشخص الذي تتحـدث عنـه معه رقم هاتفك. كما في حالة تصحيح ريتش سومر المفيـد (مـازال تعليقـه عـلى صـفحة مـدونتي)، وغيرت اسم جولي جوناثان ماكنيفين الخاطيء بمجـرد أن أنهيـت قـراءة تعليقـه، وتلقيـت باضـطراد

مكالمات أكثر أهمية من مشاهير.

رسالة ماي سبيس من سترينجر بيل إلى إلى التلغراف

كل شخص معجب بشخص ما، وغالباً ما يكونوا أكثر من شخص؛ ممثل، مغني، موسيقي، أو مؤلف. وكما كان مثيراً الاستماع إلى ريتش سومر بعد التدوين عنه، لم يكن تعليقه الأكثر استثناء وغير المتوقع الوحيد الذي وصلني من ممثل، أو من أحد الفنانين، بعد التدوين عنه. فبالإضافة إلى ريتش سومر، اتصلت بي زوجة لين كاريو Len Cariou(عن طريق تعليق لم يزل على الصفحة) بعد كتابتي في المدونة عام 2007 عن كم استمتاعي بأدائه في موسمين من (الأخوة) على شوتايم (توفيت الشخصية في نهاية الموسم الثاني)، ومن والد هارون هارت (عبر البريد الإلكتروني)، أحد الطفلين الذين لعبا دور ابنا دون درابر في الموسم الثاني من رجال مجانين في صيف عام 2008 ، ولكن كما كنت محظوظاً مع رجال مجانين -بالاتصال باثنين من الممثلين أو أقارب الممثلين في المسلسل- و بقدر ما استمتعت بكل من رجال مجانين والأخوة (ومازلت استمتع برجال مجانين؛ والأخوة انتهى عرضه في عام 2008)، لم يحقق أيهما النجاح الاستثنائي، من وجهة نظري، لمسلسل(وكالة الأنباء)، الذي استمر عرضه لمدة خمسة مواسم في الفترة 2002-2008 على محطةHBO .

كان بارامونت Paramount ضمن شخصيات ذا واير، ويسيطر على كل مشاهده خلال الثلاثة مواسم الأولى (فترة دوره في ذا وير) وكان سترينجر بيل Stringer Bell، الثاني في ترتيب عمليات المخدرات التي تحقق فيها الشرطة. أحد الحضور في الفصول الليلية في مادة الاقتصاد، نسخة من كتاب آدم سميث 1776 ثروة الأمم على رفه، وعلى استعداد للقتل إذا لزم الأمر كمهتم بشأن التضخم، ولم يكن سترينجر بيل زعيم عصابة مخدرات عادي.

في أغسطس 2006، عندما كانت المدونة الوحيدة التي أكتبها بين الحين والآخر بعنوان (مرتين بناء على القافية) على ماي سبيس (سميتها بعد ألبومي الصادر في عام 1972 الذي يحمل نفس الاسم)، كتبت قطعة عن مسلسل ذا وير. ودفعتني معرفتي المحدودة وقتها بترويج المدونات إلى نشر رابط وملخص موجز لمنشور

المدونة على منتدى "مجتمع" محطة HBO عن ذا وير.

وبعد بضعة أشهر، في الساعات الاولى من أحد أيام أواخر شهر أكتوبر، كنت أقرأ بسرعة في مجموعة من طلبات "الصداقة" على ماي سبيس. كان الوقت متأخرا. وكنت متعبا. ولم أكن أفكر في مسلسل ذا واير على الإطلاق، ورغم إن اسم إدريس إلبا بدا مألوفاً بشكل كاف بالنسب لي لقبول طلب صداقته دون النظر إلى صفحته، فإنني ذهبت بسرعة إلى طلب صداقة آخر، ونسيت إدريس على الفور -حتى وصلتني رسالة من إدريس إلبا بعدها بأسبوع تقريباً، أخبرني فيها إنه قرأ تعليقي حول تمثيله في ذا وير، وشكرني على دعمي، وأشار إلى مشاركتي الطويلة في عالم الموسيقى، وتساءل عن رأيي في موسيقاه. وأضاف إنه سوف يشتري أحدث كتبي، مؤامرة لإنقاذ سقراط، لأنه من نوع الروايات التي يحب قرائتها.

أحب موسيقاه، وخاصة نسخته الهيب هوب من "كان جوني" كثيراً جداً لدرجة إنني لعبتها في حلقة خاصة من برنامجي ضوء على ضوء من خلال البودكاست، "ذا وير دون سترينجر،" في4 نوفمبر 2006. تلقيت رسالة أخرى على ماي سبيس من إدريس إلبا بعد بضعة أيام شكرني فيها على تكريس البودكاست بأكمله إلى عمله، مقدراً تحليلي العلمي لتمثيله وموسيقاه وما جعل شخصيته سترينجر بيل مقنعة إلى هذا الحد، وأشار إلى أن موسيقاه تأتي من نفس منبع تمثيله، إلا إن موسيقاه هي نصه الخاص.(هذة الرسالة منشورة حالياً على العمود الأيمن لصفحة برنامجي ضوء على ضوء من خلال صفحة البودكاست).

في عالم أحدث وسائل الإعلام الجديدة الذي نسكنه جميعاً، من السهل لأي شخص يشاهد التلفزيون، ولديه جهاز كمبيوتر، والآن الكومبيوتر اللوحي أو الهواتف الذكية، في متناول يده، يستطيع عمل علاقة مع نجم ذلك العرض التلفزيوني.

تغيير الكلمات في مدونتك -بعد النشر

لا تتعلق سلطة المدون على مدونته بالتعليقات فقط؛ إنما التدوينة نفسها، ليس فقط قبل أن نشرها، ولكن أيضاً بعدها طالما إنها لا تزال على المدونة، وهو ما قد يكون إلى الأبد بعدها.

من المعتاد أن تكون الكتابة وسيلة ثابتة. الكتابة بالحبر أو أيا كانت الصبغة الكيميائية على ورق البردي، أو رق الجلد أو الورق منح تلك الكلمات الحياة طالما نجت تلك الورقات، أو البرديات، أو قطع الرق. قد تُشطب الكلمات أو تُطمس بالطبع، ولكن يمكن ملاحظة أثر الطمس. قد يتلاشى الحبر، ولكن نادرا ما يصبح غير مقروء تماما. حتى محو علامات قلم رصاص على ورق يترك علامات المحو .

ضاعفت المطبعة من هذا الثبات. وتحت ضغط الكنيسة الرومانية الكاثوليكية، تراجع جاليليو عن آرائه من إن الأرض تدور حول الشمس. ولكن لم تتغير آلاف النسخ من الكتب معبرة عن رأيه الأصلي مع عدوله عن رأيه. حققت الكنيسة نصرا باهظ الثمن، واستمرت الثورة العلمية (راجع ليفنسون ، 1997، للمزيد) .

حدث ذلك في العقود الأولى من القرن الخامس عشر. كان هذا الثبات للكتابة المنشورة لايزال مؤثراً للغاية في نهاية القرن التاسع عشر، وفي نهاية العصر الفيكتوري للقراءة والكتابة المطبوعة، عندما قال أوسكار وايلد ملاحظته الشهيرة حول عملية التأليف إن "الكتب لا تنته أبدا، إنها يتم التخلى عنها فقط" (من المرجح إن الاقتباس وُضع بعد ذلك بقليل، عندما كان الشاعر الفرنسي بول فاليري على وشك خلق الفن أو كتابة الشعر في عام 1933). ولكن سواء كان كتاب، أو قصيدة، أو لوحة كان التخلي حقيقيا كحبيب يتسكع خارج المنزل. بمجرد نشر، كتاب أو مقال صحفي لم يعد بإمكان الكاتب تغيير المادة إلا من خلال طبعة جديدة من الكتاب (كما تقرأ هذا الكتاب الآن) أو نشر مذكرة تعديلية في الصحف، ولم يكن أياً منهما مرجحاً. ولكن هذا تغيَّر جذرياً مع ظهور برامج "معالجة النصوص" ثم مع النشر على الانترنت بحلول نهاية القرن التالي (راجع ليفنسون،1997). وفي قرننا الحادي والعشرين حيث أحدث وسائل الإعلام الجديدة، يمكن أن نعتبر إن المدونين لديهم المشكلة العكسية: إذ يعني التنقيح السهل للمدونة إنه لا يمكن الانتهاء من ذلك أبداً، ومن المستحيل الإقلاع عن التنقيح إذا كانت المدونة في موقع تحت سيطرة المدون.

في السطور التالية كيف حدث ذلك: في العقدين الأخيرين من القرن

التاسع عشر، منحت معالجة النصوص لأول مرة في التاريخ الكُتاب القدرة على تغيير كلماتهم المكتوبة دون أي دليل يشي بالأصل. يمكن تصحيح الأخطاء الإملائية في رسالة البريد الالكتروني قبل إرسالها ويمكن شحذ الأفكار في المخطوطات مع أي شخص آخر غير الكاتب.

ولكن البريد الإلكتروني والمخطوطات المقدمة للمحررين كانت إلى حد كبير من خلال الاتصالات من شخص إلى شخص، وبمجرد طبع ونشر المخطوطة، فإنها ثابتة في الثمانينات كما كانت الكلمات مقترنة بورق كتاب جاليليو في القرن السابع عشر.

يسَّر التدوين تغيير المنشورات بسهولة الكتابة أولية. وكانت النتيجة الأكثر فائدة هي إمكانية تصحيح الأخطاء الإملائية، مثل إضافة الكلمات المنسية، بسهولة. ولا تعد هذة التصحيحات سلبية أو شائنة. ولكن ماذا عن قدرة أي مدون تغيير صياغة المادة ومعنى المنشور بسهولة بعد نشره؟

إذا لم يكن هناك أحد قد شاهد النص الأصلي، أو عدد قليل من الأشخاص فحسب، فإن هذه التعديلات لا تمثل أي مشكلة. ولكن ماذا لو كان كثيرون قد قرأوا النص الأصلي؛ بل وعلقوا عليه، في أي وسيلة إعلام متاحة؟

من جهة، تغيير نص عليه تعليقات وردود بالفعل على نطاق واسع قد ينتج ارتباكا بالتأكيد. ما الذي يصنعه قاريء (أ) من منشور مدونة وتعليق غيَّر المدون (ب) صياغتهما تماما ليعكس ويعالج نقداً وجهه المُعلِق (ج)؟ طريقة واحدة يستطيع بها المدون (ب) تفادي أي التباس قد ينجم هي التحدث عن التغيير، أي، يضع حاشية في آخر التدوينة، مؤرخة بشكل مناسب تفسر التغيير الذي تم استجابة للتعليق الذي وجهه المعلق (ج)، ولكن ماذا لو تجاهل المدون ذلك أو قرر ألا يفعله؟

من ناحية أخرى، وكلما زاد عدد الأشخاص الذين قرأوا النص وعلقوا عليه ،كما كان صعباً على المؤلف تغيير النص خلسة والتظاهر بإن النص الذي جرى تغييره كان منشور المدونة طول الوقت. هكذا يعمل جمهور النص الأولي بمثابة حماية ضد تغيير النص لأغراض الخداع، تماماً كما يمكن أن يكون الجمهور نفسه كشبكة أمان للمدون من خلال الإشارة إلى الأخطاء التي يمكن تصحيحها في المدونة.

(وكما رأينا في الفصل الماضي، تتعامل ويكيبيديا مع هذه المشكلة بطريقة أكثر كفاءة، من خلال توفير نسخة يمكن الوصول إليها بسهولة من كل تعديل تحريري للمقال.)

الجماعة الاجتماعية كضامن للحقيقة، أو على أقل تقدير، وللدقة، ضامن للتحقق والتوازن الذي يعمل لصالح جميع أحدث وسائل الإعلام الجديدة ومستخدميها.

التدوين بعيد المدى والربط

المدة التي تظل فيها منشورات مدونة هي عدة أشهر، وفي بعض الحالات سنوات، بعد النشر يُسمح بنوع آخر من الترويج الذاتي، الذي يحافظ من خلاله المدون على الاطلاع على آخر التعليقات حول مدونته على الشبكة و يعدل الروابط في المنشور الأصلي للاستفادة من هذه التعليقات الجديدة.

مثلا: في أغسطس 2007، كتبت تدوينة قصيرة في إحدى مدوناتي فيها أربع نصائح لأن تكون كاتبا. وجذب الموضوع العديد من القراء (راجع "قياس مقروئية مدونتك"، لاحقا في هذا الفصل، عن كيف يستطيع المدونين تتبع عدد القراء يومياً وحتى فورياً). قبل بضعة أشهر، كنت قد بدأت البودكاست - اسأل ليف باختصار- تسجيل صوتي لمدة وجيزة 3-5 دقائق عن نصائح للكُتاب. في مرحلة ما بعد بضعة أشهر من تدوينتي المنشورة في أغسطس2007، تلقيت رسالة إلكترونية من قارئ يقول إنه كان يبحث عن تدوينتي "قواعدي الأربعة: أفضل ما تفعله لتصبح كاتب"، ولم يستطع العثور عليها ،وبدلا من ذلك اكتشف بودكاست (اسأل ليف باختصار) ، والذي أجاب أسئلته.

ثم حدث أول تطور "القواعدي الأربعة" في أغسطس 2007 : وضعت وصلة في هذا المنشور إلى بودكاست (اسأل ليف) لأن من المرجح إن قراء التدوينة سيجدونه مفيداً. بالطبع، كان يمكن أن يحدث هذا وكان ينبغي حدوثه عندما كتبت التدوينة أولا ولكن الكمال التام للمدونات سمح لي بإصلاح هذا ووضع الرابط بعدها بشهور.

ولاتزال القصة مستمرة: في ديسمبر2007، أجريت مقابلة مع دكتور

ستانلي شميت، رئيس تحرير مجلة الحقيقة والخيال العلمي (المجلة الرائدة في مجال الخيال العلمي)، لبرنامجي (ضوء على ضوء) من خلال البودكاست. وجذبت تلك المقابلة كثير من المستمعين، بما فيهم مستمعي المواقع الشبيهة على الانترنت، مثل AnalogSF.com، وأصبحت المقابلة موضوعا للحديث. وبالطبع ظللت أراقب سعيدا تلك النقاشات على الانترنت، ولاحظت في أكتوبر 2008 إن شخصا ما قال إن أفضل أجزاء المقابلة كانت نصيحة موجهة للكُتاب الذين يريدون النشر في موقع أنالوج Analog. وهو ما استدعى فوراً إدراج رابط آخر، ومضيت لوضع رابط لتدوينة "القواعد الأربعة" المنشورة في أغسطس 2007 في النص المصاحب لمقابلتي البودكاست مع ستان شميت. (بالمناسبة، يمكنك العثور على عنوان URL لـ"قواعدي الأربعة"، 2007 ، في قائمة المراجع في نهاية هذا الكتاب، إذا كنت من المهتمين بالنصائح حول كيف تصبح كاتباً لديه كتب منشورة.)

يمكنك أن ترى إلمَ سوف يؤدي هذا: بمجرد أن تنظر ليس فقط على مدونتك ولكن على الويب بأكملها كمحارة لمدونتك، لقد دخلت عالم لا تتدهور فيه كلماتك فقط، لكنها قد تتطور مع مرور الوقت، كلما جذبت قراءً أكثر من أماكن مختلفة لمدونتك. والمفتاح هو أنه رغم إن التدوين عادةً عملية فردية، فإن ترويجه عملية اجتماعية بطبيعته ويتغذى على سهولة روابط الشبكة.

بالطبع، إذا كنت لا ترغب في أعداد كبيرة من القراء، أو أي قراء على الإطلاق، يمكنك دائما جعل مدونتك خاصة وتسمح بها للقراء الذين يستوفون معاييرك الخاصة. وهو ما سيحرم مدونتك من العديد من المزايا الاجتماعية لأحدث وسائل الإعلام الجديدة، إلا أن المبدأ البارز هو إن المدون لديه سيطرة كاملة على عمله عبر الإنترنت ونشره (بصرف النظر عن الجهة التي تمتلك منبر المدونة).

عادة، ستكون المدونة عمل مستمر للفرد. لكن في بعض الأحيان يمكن أن تكون الكتابة في حد ذاتها نشاطا جماعياً.

التدوين الجماعي

يحرر الجميع الإدخالات أو المقالات في ويكيبيديا، وهو أيضاً خيار لأي مدون قد يرغب في فتح تدوينة أو أكثر لمساهمة مؤلفين آخرين. يمثل هذا التدوين

الجماعي مثالا جيداً على تحول القراء حرفيا إلى كُتاب للنص الذي يقرأونه.

كانت الكتابة تقليديا وعادةً جهدا فرديا، على عكس الكلام الذي ينطوي في نشاطه على شخصين أو أكثر عادةً (إذا اعتبرنا إن حديثك إلى نفسك ليس حديثا حقاً لأنه لا يحدث اتصال بين الأشخاص ما لم يسمعك شخص آخر، وفي هذه الحالة لم تعد تتحدث لنفسك). وبالتالي يمكن اعتبار ظهور التدوين الجماعي كمزيد من تآكل الفروق بين الكتابة والكلام، والذي بدأ عندما يسرت برامج معالجة النصوص تصحيح الكلمة المكتوبة بسهولة الكلام تقريباً، بل وأحياناً أكثر فاعلية، لأن التصحيح الرقمي المكتوب لا يمكن أن يترك أي أثر من النص الأصلي قبل التصحيح، على عكس ذاكرة المستمع المحتفظة بالخطأ المنطوق.

ولكن الكتابة الجماعية لها عيب واحد على الأقل: على عكس المحادثة المنطوقة، التي يمكن تمييز كل صوت فيها بإنه ينتمي إلى شخص مستقل (حتى لو كنا لا نعرف من هو هذا الشخص)، لا شيء في الكلمة المكتوبة يربطها جوهريا بأي مؤلف. مرة أخرى، تعالج ويكيبيديا هذه المشكلة من خلال توفير "تواريخ" مفصلة لكل مقالة، تحدد كل تعديل تحريري بوضوح. غالباً ما تكون المدونات الجماعية أقل تطورا ولا تقدم شيئاً أكثر من قائمة باسماء جميع من كتبوا أو حرروا تدوينة معينة.

الفائدة الرئيسية من الكتابة الجماعية هي إنها قد تزيد من الخبرة الإجمالية المبذولة في المدونة. مثلا، في ديسمبر 2008، بدأت مدونة بعنوان الأذواق الراقية عن الطعام والشراب والمطاعم ، والوصفات، ومحلات البقالة. ولأن خبرتي في الغذاء تنتمي في معظمها إلى الاستهلاك، فكان علي الاختيار مابين ترك الوصفات خارج تغطية المدونة أو إسناد كتابتها إلى كاتب آخر يعرف كيفية الطهو والكتابة حول هذا الموضوع. ولأن زوجتي تتفوق علي في كلا الأمرين ، دعوتها للانضمام الى المدونة ككاتب.

سواء كتابة المدونات، أو تأليف الأغاني، أو كتابة السيناريو، ينطبق عليها نفس حساب التباديل والتوافيق للتعاون. إذا كان هذا التعاون يضيف إلى المشروع أكثر من أي إحباط قد تشعر به من تقاسم سيطرتك الإبداعية، فإنه يستحق

المحاولة.

كيف تكسب مالا من مدونتك

كان الجوهر التجاري للويب دائما إنها مجانية -"فقط المغفلون مَنْ يدفعون ثمـن المحتـوى"، كما علق ديفيد كار باقتدار حول ما ينجح أكثر على الويب في صحيفة نيويورك تايمز، في عـام 2005، ولا يزال هذا صحيحا، وأكثر من أي وقت مضى، مع ازدهار المواقع المجانية مثل هـافينجتون بوسـت Huffington Post، رغم هذا فإن صحفا مثل نيويورك تايمز بدأت في وضع الكثـير مـن محتواهـا - المتاح مجانا فيما سبق على شبكة الإنترنت- وراء "أسوار الدفع" لتعويض خسائر دخلهـا مـن تراجـع المبيعات الورقية (حرفيا الصحف المطبوعة) وخسائر الإعلان (راجع النقاش لاحقـا في هـذا الفصـل). ولكن إتاحة الموقع مجانا -سواء هـافينجتون بوسـت أو مـدونتك الخاصـة - لا يعنـي إنـه لا يمكنـك كسب المال من مدونتك الخاصة.

يمكنك كسب المال من أي مدونة أو موقع على الانترنت من خلال خمس طرق عامة:

1. جوجل أد سنس Google AdSense هو رائـد صـنع الإيـرادات مـن خـلال الأفـراد (أنـا وأنت) على شبكة الانترنت. تسجل في الخدمة، وتحصل على "رمز" لتضـعه عـلى مـدونتك، وتصـبح موجـوداً في مجـال الأعـمال التجاريـة. ويظهـر عـلى مـدونتك الإعلانـات النصـية والمصورة، و/أو إعلانات الفيديو، وفقاً للحجم والموضوع والموضـع الـذي تختـاره، والعمـل اللازم لإعداد هذا سهل وأقل مما تتطلبه كتابة معظم منشورات المدونة.

وهذا هو الخبر السار. أما الأخبار غير السارة هي إنك لن تجني كثير من المال-ليس بمـا يكفي للتقاعد أو لكسب لقمة العيش منها وحتى لا يكفي خـلال شـهر لشراء عشـاء لائـق في نيويورك. من المرجح أن تحقق زيارة 500 -1000 زائر لموقعك يوميا ما لا يزيد عن حـوالي 10 دولار شهريا من Google AdSense، والذي يـدفع عـلى عـدد النقـرات، ومـرات الاسـتعراض، مما يعني إنك تحصل على مقابل مـالي نظـير عـدد الأشـخاص الـذين ينقـرون عـلى الإعلانـات (النقرات) أو يستعرضونها (عرض) كما في حالة العديد من الخـدمات الإعلانيـة عـبر الإنترنـت،

لا يدفع جوجل أدسنس لك إلا عندما تكسب إعلاناتـك مبلـغ يتجـاوز الحـد الأدنى للـدخل – يبلـغ 100 دولار في حالة برنامج أد سينسAdSense

غالباً مـا سـتجد إن الإعلانـات حـول بعـض الموضـوعات -المتصـلة عـادةً بطريقـة أو بـأخرى بموضوعات مدونتك –تجذب المزيد مـن النقـرات عـلى مـدونتك أكـثر مـن الإعلانـات منبتـة الصـلة بموضوعات مدونتك. يشغل برنامج AdSense الإعلانات المتصلة بموضوعات مدونتك، عنـد توافرهـا تلقائيا. ولكن للأسف، عملية الاختيار مرتبطة فقط بالموضوع، وقد تغيب عنها نبرة أو رأي مـدونتك. فمثلا منشور عـلى مـدونتي ينتقـد جـون مـاكين في الحملـة الرئاسـية عـام 2008 اجتـذب إعلانـات Google لدعم ماكين. ونفس الشيء حدث مـع ميـت رومنـي في عـام 2012. إذا كانـت مثـل هـذه الإعلانات غير مقبولة لدى مدون ضد الحزب الجمهوري، فإن جوجل أدسنس يـوفر وسـيلة لتصـفية أي إعلانات على موضوعات محددة غير مرغوب فيها. ولكن ما لم يتم ذلك عند إنشـاء رمـز الإعـلان لأول مرة، فإن الإعلان غير المرغوب فيه يمكن أن يظهر على المدونة. ومع ذلـك، يمكـن مراجعـة رمـز الإعلانات في أي وقت. مالم أكن مشغولا للغاية، كنـت قـد وضـعت فلاتـر للإعلانـات المخالفـة لآرائي السياسية قبل أن أدون عن الموضوعات. يحتاج التدوين إلى أكثر من الكتابة المقنعة لكسب المال بطريقة تستقيم مع أهداف مدونتك. إنه يتطلب اعتناء مدروس، مثل الحدائق، للحد مـن إمكانيـة نمو الأعشاب الضارة، وتأثيرها، وهي هنا، الإعلانات التي لا تود رؤيتها على المدونة.

قد تجد أن إعلانات الفيديو والصور جذبت عدد من النقـرات أكـثر مـن الإعلانـات النصـية. يمكن أن يزيد موضع الإعلانات أيضا مـن إيراداتـك. قـد يجـذب إعـلان نصي في الجـزء العلـوي مـن المدونة نقرات أكثر بكثير من إعلان مصـور أو فيـديو جـذاب في الشريـط الجـانبي للمدونـة. ولكـن تسبغ الإعلانات الموضوعة في الجـزء العلـوي مـن المدونـة شـكلا تجاريـاً عليهـا أكـثر مـن وضـعها في الشريط الجانبي. وبالتالي المدون لديه خيار: ما هو الأكثر أهمية؛ مظهر المدونة أم الدخل المكتسـب منها؟ بالطبع، إذا كنت تريد أن تبدو مدونتك تجارية قدر الإمكان، فإن اختيارك معروف.

النقطة الرئيسية في جميع الحالات هي أن لـديك سـيطرة كاملـة عـلى أنـواع

الإعلانات (نص، صورة، فيديو)، وأين تضعها في مدونتك، فضلا عن بعض السيطرة على موضوع الإعلانات. يمكنك أن تتعلم من خلال التجربة أي تركيب يبدو أفضل، وأيهم ينتج أغلب الإيرادات.

2. شراكة أمازون أو أمازون أسوشييتس Amazon Associates لديها نهجا مختلفا. تضع إعلانات عن كتب أمازون وغيرها من منتجاتها على صفحة مدونتك، وتتقاضى نسبة مئوية في كل مرة ينقر فيها زائر مدونتك على الإعلانات و يشتري شيئا من أمازون. تبدأ النسبة المئوية من 4 في المئة عن الستة مبيعات الأولى، وتزيد إلى 6 في المئة عندما تصبح المبيعات 7 أو أكثر، وتزيد إلى 6.5 في المئة عندما تكون المبيعات 33 شيئاً أو أكثر، وهكذا دواليك، وهذة النسب معتمدة اعتبارا من أول يناير 2012. كمؤلف، أجد أنه من المفيد أن يكون على مدونتي العديد من إعلانات أمازون عن كتبي. ولكن المبدأ الإرشادي الأكثر عمومية لهذا النوع من الإعلانات هو ليس إنك تحتاج إلى أن تكون مؤلف كتب تباع على الأمازون ولكنك كمدون عليك إجراء القليل من البحث المطلوب لمعرفة أي الكتب الموجودة على أمازون تتصل بموضوعات مدونتك.

على سبيل المثال، في التدوينة التي قيمت فيها حلقة مسلسل (مفقودLost) في موسمه الرابع، والتي لعبت فيها فكرة السفر عبر الزمن دورا رئيسيا لم أكتف بوضع إعلانات لروايتي على أمازون التي تتحدث عن السفر عبر الزمن، مؤامرة لإنقاذ سقراط؛ بل أيضا إعلانات لروايات كلاسيكية عن السفر عبر الزمن مثل رواية اسحاق اسيموف Isaac Asimov (نهاية الخلود) ورواية روبرت هيينلين Robert Heinlein (باب إلى الصيف) .

لأن أمازون لا يقتصر على بيع الكتب، يمكنك استخدام خدمات شراكته لبيع مجموعة واسعة من المنتجات على موقعك، على سبيل المثال، إذا كان لديك مدونة عن الطعام، يمكن وضع إعلانات أمازون عن المواد الغذائية والمشروبات، وغيرها من أدوات المطبخ السكاكين على مدونتك، كما يعمل موقعCafePress بطريقة مشابهة إلى حد ما. حيث تصمم شعار يمكن وضعه على أكواب القهوة، والقمصان، وغيرها، ثم تضع إعلانا للبند على مدونتك.

ينتج موقع CafePres عنصراً في كل مرة يطلبه أحدهم –الطباعة على حسب الطلب- من دون أي تكلفة عليك. إذا كان شعارك نوعاً من الإعلان لمدونتك، فلن تكسب عمولة فقط إنما دعاية جيدة لكل مرة بيع.

مع ذلك يحتاج الموقع على عكس شراكة أمازون إما موهبة كافية لتصميم شعار جذاب لـCafePress أو سوف تضطر إلى تعيين أو إقناع شخص ما لتصميمه لك. في المقابل، يوفر أمازون صورا لأغلفة الكتب وجميع منتجاته في الإعلانات على مدونتك.

3. لا يتغير شيء في كتابة مدونتك في حالة جوجل أد سينس Google AdSense ، وشراكة أمازون Amazon Associates ، توضع الإعلانات في أسفل نصك، وجانبيه، والجزء العلوي منه، أو في منتصفه (إذا كنت تفضل ذلك)؛ حسب اختيارك. أما PayPerPost ، أحد تلك المشغلات المختلفة العديدة، فيقدم نهجا آخرا لكسب المال من مدونتك: تحصل على المال نظير كتابة مشاركات عن موضوعات معينة.

يدفع PayPerPost في أي مكان ما يتراوح بين 5-500 دولار أمريكي أو أكثر نظير المشاركة المطلوبة من عملائها. ما يُدفع لك يعتمد أساسا على شعبية مدونتك -كم عدد القراء الذين يتوقع المعلنين إنهم سوف يرون مشاركتك عن موضوع المُعلِن.

الميزة الرئيسية لهذا النوع من تحقيق الدخل من المدونة هو المال الذي تراه في يدك من كتابة تدويناتك. وقد حصل أوائل من حققوا دخلا عبر نظام الدفع مقابل التدوين PayPerPost منذ إنشائه في عام 2006 على أكثر من 10 آلاف دولار في السنة نظير كتابتهم تدوينات بناء على تكليف. من السهل أن نعتبر إن دخل من مئات الدولارات سنوياً - أكثر من إيرادات جوجل أدسنس المشار إليها سابقاً.

وعيبه إنك قد تضطر إلى الكتابة عن موضوعات لم تكن تود الكتابة عنها في مدونتك. وهو ما يقوض إحدى الفوائد الحاسمة لأحدث وسائل الإعلام الجديدة والتدوين: كتابة أيما ما تريد، دون حراس بوابة يوافقون على إنتاجك أو يرفضونه. هناك فارق ضئيل يجب مراعاته هو كتابة تقييم عن منتجات تعرفها بالفعل

وتحبها. ولكن هذا قد يكون صعبا: هل يمكنك تفويت 500 دولار لكتابة تدوينة إيجابية عن منـتج تعتقد إنه رائع، وتكتب إنه ليس مذهلا؟

مبدأ أن تكون صادقا مع القراء قد يدخلك في صراع من هذا النوع في المدونات النقدية. كما تؤكد PayPerPost كـإجراء تشغيلي قياسي على إن جميع المشاركات التي أسندتها لمـدونين تعـرض بوضوح إشعار إن مشاركة المدونة مُشتراة أو مكتوبة بتكليـف منهـا. كضـمانة إضـافية، كـما تطلـب PayPerPost من جميع المدونين المشاركين نشر تدوينة واحدة على الأقـل غـير مشـتراة مقابـل كـل تدوينة مشتراة، لمزيد من التوضيح للقارئ أي التدوينات المشتراة. ولكن العديد من مـنظمات "دوِّن نظير مال" الأخرى تريد -على خـلاف المنطـق، وربمـا كـان ذلـك صـحيحا- أن يأخـذ القـراء التدوينـة بجدية أكثر إذا اعتقدوا إنها من عقل وقلب المدون وليست من دفتر شيكات المعلـن. بـالطبع، رغـم إن PayPerPost تقدم عددا قليلا من هذه الفرص "غير المكشوفة"، بشرط إنها لا تؤيد النهج ولكـن ستكون بمثابة وسيط إذا كان هذا هو ما يريده المعلن والمدون على حد سواء.

قد تنشأ مشكلة أخـرى متصـلة مـن الموضـوع العـام للتدوينـة. تقيـيم فـيلم مُفضَـل رأيتـه وأعجبك بالفعل أو حتى متوقع إنه قد يعجبك هو أحد المشكلات. لكـن مـاذا عـن قبـول تكليفـات بالكتابة من PayPerPost عن قضايا سياسية أو اجتماعيـة، والـذي يتطلـب فيهـا التكليـف الكتابـة بالنيابة عن قضية أو مرشح؟ حتى إذا كنـت تـدعم القضـية، وحتـى مـع إعـلان اسـم PayPerPost الاستشاري على تدوينات التكليف وعدم ذكره على التدوينات الأخرى، الالتزام بمثل هذه التكليفات بالكتابة السياسية يمكن أن يلقي ظلالا من الشك بين قرائك على إنك تقصد مـا تقولـه في تـدويناتك الخاصة فعلاً. إذا كنت تريد أن يطمئن قرائك 100 في المئة إن تحليلاتك السياسية التي يقرأونها على مدونتك تخصك 100 في المئة، فإن أسلم طريقة للعمـل قـد تكـون تجنـب كتابـة أي تكليفـات مـن PayPerPost أو تدوينات مدفوعة في الموضوعات السياسـية والاجتماعيـة. (راجـع أيضـا "المـدونون وجماعات الضغط،" لاحقا في هذا الفصل.)

4. يمكنــك وضــع تطبيــق تــبرع بــاي بــال PayPal Widget-حصــالة

بقشيش رقمية- إما على مدونتك ككل أو على أي تدوينة محددة. في الواقع باي بال هي خدمة مصرفية عبر الإنترنت، تتلقى مدفوعات من حسابات باي بال الأخرى، فضلا عن بطاقات الائتمان التقليدية، وتغطي مدفوعات حسابات باي بال الأخرى. كما يمكن لأصحاب حسابات باي بال تحويل الأموال من باي بال إلى حساباتهم المصرفية التقليدية.

ما حجم المبلغ المالي الذي يمكن أن يولده زرار تبرع باي بال على مدونة؟ يعتبر بودي بوك podiobook شون فاريل Shaun Farrell الصادرة عام 2007 لروايتي (قانون الحرير) الصادرة عام 1999 مثالا مفيدا. الودي بوك podiobook هو كتاب مسموع متاح مجانا، على شبكة الإنترنت، في أجزاء أسبوعية من Podiobook.com (راجع الفصل الثامن "الوسائل الأقل أهمية"، لمزيد من التفاصيل). ووضعت الرواية المسموعة على بودي بوك podiobook ضمن أعلى 20 تنزيل في عام 2007 (لم يتم الكشف عن موضعها المحدد ضمن أعلى 20). وحَمَّل أكثر من ألف شخص الرواية كاملة أو أجزاء منها. تلقى فاريل حوالي 100 دولار في صندوق تبرع باي بال على صفحة مدونته.

ولكن podiobook ليس مدونة نموذجية. لأنه يجتذب الجمهور الذي قد يشتري بطريقة أخرى كتابا مسموعا، التبرعات للمؤلف (والراوي في حالة فاريل) لها مغزى ما. في المقابل، مؤلفو المدونات المكتوبة يخبرونني إنهم محظوظون لأنهم يحصلون حتى على بضعة دولارات في السنة من حصالات بقشيشهم.

5. الطريقة الخامسة لكسب المال من المدونة تعتمد على أقدم أشكال الدعاية والإعلام الجديد وتسبق أحدث وسائل الإعلام الجديدة بقرون: يمكنك قبول الإعلانات ووضعها على مدونتك، وتحصل على ثمنها مباشرة من المُعلِن. يمكنك تحقيق مبلغاً من المال أكبر من جوجل أدسنس-يمكنك تقاضي أياً ما سيعطيه سوق إعلانات المدونات، استناداً إلى عدد الأشخاص الذين قرأوا مدونتك - ولكن الثمن الذي تدفعه لعدم لجوئك إلى وساطة جوجل أد سينس هو أن عليك العثور على المعلنين، أو أنهم عليهم أن يجدوك.

هذا النوع من الإعلانات يعود إلى ظهور الصحف في القرن الخامس عشر

وحتى السابع عشر - كانت تسمى "كتيبات" وقتها- ثم تطورت كما يلي: أساساً، تمويل المطابع بدعم من ملوك أوروبا، ولا سيما إن المطابع كانت مخصصة لـ"المنشورات الملكية". ولكن توقع الملوك أن تنشر المطابع القصص المحببة إليهم، وفي النهاية بدأت بعض المطابع أن تبلى في ظل هذا الترتيب.

وفر التجار من خلال السفن المحملة بالبضائع من العالم الجديد مخرجا، وبالطبع حلا وفر الأساس الاقتصادي للديمقراطية. دفع التجار إلى الطابعات لعمل بيانات عن منتجاتهم، أو ما نطلق عليه اليوم "إعلانات". بخلاف طباعة تلك الإعلانات، يمكن للمطابع طباعة أي شيء آخر يحلو لها. وبالتالي اكتسبت المطابع الحرية الاقتصادية التي مكنتها من التحرر من قيود التحكم الملكية في المصروفات والتحرر من المقاليد السياسية. وحدث هذا لأول مرة كأفضل ما يكون في إنجلترا ثم الولايات المتحدة، التي سنت التعديل الأول للدستور للتأكيد على إن الحكومة، حتى في الدول الديمقراطية، لا يمكنها السيطرة على الصحافة أبداً. (كما فَصَّلت في كتابي"الاستهانة بالتعديل الأول للدستور"، عام 2005، لم يكن التعديل الأول للدستور مُتَّبعاً دائماً في الولايات المتحدة؛ راجع قسم "التعديل الأول" لاحقا في هذا الفصل. راجع أيضا كتاب (الحافة الناعمة)، ليفنسون، 1997، لمعرفة المزيد عن ظهور الإعلان وعواقبه السياسية.)

أصبح التعايش مع الإعلان -رغم إن التجار يحصلون على الدعاية، والمطابع تحصل على المال، وكلاهما مستفيد- يشكل حجر الأساس في وسائل الإعلام الأمريكية، واستمر في عصر الإذاعة والتلفزيون، والتي قطعت شوطاً أكبر من الصحف من خلال توفير المحتوى مجانا لمستمعيها ومشاهديها. يدفع المستهلكون للحصول على معدات الاستقبال –أجهزة الراديو أو التلفزيون-ولكنهم يتلقون المحتوى مجاناً. حصلت محطات وشبكات الإذاعة والتلفزيون على المال عن طريق جذب المستهلكين بالبرامج المجانية ثم بيع وقت البث ، أو تعرض أعداد من الجمهور، إلى الرعاة. ورغم إن المدونة المجانية، مكتوبة مثل المقال الصحفي، فإنها تشبه أكثر وسائل البث التقليدية من حيث كونها مجانية. ورغم إن إحدى السمات المميزة لمحتوى أحدث وسائل الإعلام الجديدة هو إنها لا تكلف المستهلك شيئاً، فإن هذة

السمة لم تبدأ مع أحدث وسائل الإعلام الجديدة إنما مع وسائل إعلام البث الأقدم. ومن المفارقات، إنه رغم استمرار الإذاعة والتلفزيون المجانيين كلاعبين رئيسيين في حياتنا، فإن "المراهقين والشباب خفضوا وقت استماعهم للراديو إلى النصف حيث أصبحوا مفتونين بشبكة الإنترنت والهواتف المحمولة وألعاب الفيديو" في العقد الماضي (ليبرمان Lieberman، 2011 ، الذي يشير أيضا إلى حدوث "نهضة" صغيرة للإذاعة في الفترة 2009-2011) ، وكان عدد مشاهدي شبكة التلفزيون قد تراجع وتوقف لما يقرب من عقدين من الزمن، مقابل محطات الكابل المدفوعة وأحدث وسائل الإعلام الجديدة المجانية التي سحبت الجماهير(أسوشيتد برس، 2008؛ راجع أيضا هيبرد Hibberd، 2011، حول انخفاض ملكية التليفزيون خلال الفترة2011-2012) .

في جميع هذه الحالات الكلاسيكية من الإعلان المدفوع، يُدفع الإعلان نظير التكلفة لكل ألف أساس -أي، كم ألف شخص سوف يشاهدون أو يسمعون الإعلان. تعيش البرامج التلفزيونية أو تموت اعتمادا على عدد مشاهديها، كما تذكر تقديرات نيلسن Nielsen ratings. وتستند هذه التقديرات إلى عينات صحيحة إحصائيا لإجمالي المشاهدة التليفزيونية العامة. في المقابل، فإن أحدث وسائل الإعلام الجديدة من المدونات على الانترنت تقدم أعداداً مباشرة، وليس عينات، لزوار المدونة (راجع "قياس مقروئية مدونتك" لاحقا في هذا الفصل) .

ولكن المدونة ، كما عرفنا سابقا، تقدم أيضاً طرقا غير متوفرة في وسائل إعلام البث أو المطبوعة لكسب دخل من الإعلان -لا توجد وسيلة للنقر على إعلان مسموع في الإذاعة، أو مرئي على شاشات التلفزيون أو صفحات جريدة، مالم نكن نقصد تلك الوسائل القديمة على شبكة الانترنت. كما يمكن أن توفر الإعلانات عبر الإنترنت معرفة عن أماكن شراء منتج أو خدمة عبر الإنترنت من خلال عرض الرابط الذي يمكن النقر عليه لإتمام صفقة الشراء. وهي طريقة أكثر دقة وفاعلية للغاية من أجل تتبع مصدر المبيعات بدلا من عرض أرقام تليفونات على شاشة التلفزيون لطلب المنتج عبر التليفون، وتسهل طريقة الدفع الإلكترونية عبر أمازون، والتي يحصل فيها المدون على نسبة من عملية البيع.

وبالتالي يتقاضى التلفزيون، والإذاعة، والصحف أموالا عن إعلاناتهم استناداً فقط إلى كم عدد الأشخاص الذين يتوقع أن يشاهدوا أو يسمعوا الإعلان (بصيغة التكلفة لكل ألف أو كل مليون). في المقابل، رغم إن إعلانات المدونات التي تأتي من المعلنين مباشرةً يمكن أيضا حسابها بتلك الصيغة، فإن المدون يمكن أن يُحاسب استناداً إلى عدد النقرات والمشتريات الفعلية الناتجة عن أحد الإعلانات. عندما تُدفع المبالغ على أساس عدد مرات الظهور، أو كم ألف؛ تصبح طرق قياس المقروئية (عدد قراء المدونة) حاسمة (راجع "القياس" لاحقا في هذا الفصل).

هذه الخمسة طرق لكسب المال من مدونتك – جوجل أدسنس، إعلانات أمازون، الدفع مقابل التدوين PayPerPost، وتبرعات باي بال PayPal، وشراء الإعانات المباشر – جميعها تتعلق بمدونات تحت سيطرة المدون تماما. في قسم "التدوين لحساب الآخرين" لاحقا في هذا الفصل، سوف ننظر فرص الحصول على أجر عندما تدوِّن لصالح شخص آخر. ولكن، دعونا ننظر أولاً بالتفصيل أكثر قليلا إلى أي طريقة تحقق بها كسباً مادياً من مدونتك قد تتعارض مع المُثل الديمقراطية والتواصلية للتدوين .

هل تحقيق كسباً مالياً يتعارض مع المُثل العليا للتدوين؟

ليس جميع من مجال التدوين سعيد بإمكانيات تحقيق كسباً مالياً من التدوين. يوضح جيف جارفيس Jeff Jarvis، مؤسس مجلة (الترفية أسبوعياً) انترتينمنت ويكلي، ومدونة باز ماشين(آلة الطنين)المعروفة، "المشكلة" التي واجهها مع نموذج الدفع مقابل التدوين PayPerPost على النحو التالي: "يحاول المعلنون شراء صوت المدون، و بمجرد أن اشتروه فقد ملكوه" (فريدمان Friedman، 2007).

ويرى ديفيد سيروتا David Sirota، زميل بارز في حملة (من أجل مستقبل أميركا)، نوعا مختلفا من الضرر الناجم عن الإعلان في المدونات. منتقدا التقرير الذي أعده جوناثان مارتن Jonathan Martin لموقع Politico.com حول ظهور الرئيس المنتخب أوباما في 7 ديسمبر 2008 في برنامج (لقاء مع الصحافة) – إن أوباما "تراجع عن" (بحسب عبارة مارتن) تعهدات حملته حول الضرائب، والعراق- واختتم سيروتا بالتالي: "لا أضع رابطا لقصة [مارتن] لأن بوليتيكو لفقت هذه الكذبة

الفاحشة كي تمنح الناس رابطاً للقصة وتزيد من حركة زائري الصفحة ثم استخدامهم لجذب عائدات إعلانية" (سيروتا Sirota، 2008).

ثم يرى جارفيس، إن المال له تأثير وضع كلمات معينة على لسان المدونين- أو عبر أصابعهم في مدوناتهم- بينما يرى سيروتا إن الرغبة في زيادة عدد القراء، لزيادة عائد الإعلانات، له تأثيرات ضارة مثل كتابة تدوينات من "الكذب الفاحش".

كلا وجهتي النظر قد يكون لها ما يبررها. ولكن دعونا نحاول وضع سعي الصحافة وراء المال في السياق التاريخي. لماذا وكيف أصبح الإعلان مصدر دخل الصحافة الأول؟ وماهو ضرره، إن وجد، على حرية الصحافة؟

كما رأينا في القسم السابق، اعتمدت الصحافة على الإعلان في المقام الأول كوسيلة لتحرير الصحافة من الاعتماد الاقتصادي وبالتالي السياسي في ممالك أوروبا. وبقدر ما نعلم، كان للصحافة ثلاثة مصادر للدخل فقط، كما كان لوسائل الإعلام عموماً تاريخياً.

كان مصدر دخل الأول هو الدعم الحكومي، الذي يترجم دائما إلى سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام. سواء برافدا Pravda في الاتحاد السوفياتي أو بي بي سي في بريطانيا أو مئات السنين من الصحافة الملكية سابقاً في ذلك البلد في ظل حكم هنري الثامن، وتمويل الحكومة للصحافة جعلها دائما جهازا حكومياً. في المجتمع الشمولي، وهذا لا يهم، لأن الحكومة تسيطر على كل شيء على أي حال. في ظل نظام ديمقراطي، يمكن أن تقوض سيطرة الحكومة على الصحافة من الديمقراطية، لأنها يمكن أن تعيق الصحافة عن كونها ناقدة للحكومة كما تعيقها عن تقديم تقارير إلى الشعب عما قد تفعله الحكومة خطئاً. أثناء حرب الفوكلاند Falklands، إذا اقتصرنا على مثال واحد فقط ، سيطرت الحكومة البريطانية وفرضت رقابتها على تقارير البي بي سي عن تلك الحرب (راجع ليفنسون،1997، للحصول على تفاصيل). بالطبع، أحد أسباب استطاعة الديمقراطية النشوء والازدهار في انجلترا هو إن المطابع كانت قادرة على التحرر من السيطرة الملكية. فهم توماس جيفرسون Thomas Jefferson، وجيمس ماديسون James Madison، وجيمس مونرو James Monroeالدور الحاسم للصحافة الحرة في المجتمع

الديمقراطي، وهو ما جعلهم يصرون على التعديل الأول لدستورنا و ضمانه لصحافة لا تقيدها القرارات الرسمية الحكومية .

والمصدر الثاني لدخل وسائل الإعلام هو شراء أو تأجير الجمهور لوسائل الإعلام. مبيعات الصحف، والمجلات، والكتب، وأقراص الفيديو الرقمية، والأقراص المدمجة، وتذاكر السينما والمسرح (شكل من أشكال الإيجار) عملت جيداً بالنسبة لكثير من وسائل الإعلام. لكنها لم تعمل جيداً للغاية بالنسبة للصحف، وخصوصا في السنوات الأخيرة. ولهذا خسرت النيويورك تايمز مالا في كل نسخة صحيفة تبيعها، واستغنت صحيفة صوت القرية ذا فيلج فويس (مجلة أسبوعية تقدمية ثقافية مضادة في نيويورك) عن سعر نسختها تماما، وتم توزيعها مجاناً على مدى العقد الماضي. تفعل الصحف هذا لأنها تريد أن تحتفظ بعدد قرائها عند أعلى مستوى ممكن، لجذب عائد الإعلان.

فضلا عن، أو ربما في المقام الأول، فإن الدفع نظير قراءة مدونة يخالف بشدة مثالية التدوين، وأحدث وسائل الإعلام الجديدة عموماً، باعتبارها متوفرة للجمهور مجانا، لذا سيكون الإعلان إذا لزم الأمر للحفاظ على مجانية المدونة. اختبأت صحيفة نيويورك تايمز على الانترنت خلف جدار الدفع، ولكن مرة أخرى، الصحيفة الموجودة على الانترنت ليست مدونة أو مثل أحدث وسائل الإعلام الجديدة لأسباب عديدة، لذا فإن فرض رسوم على الدخول على الانترنت ليس أكثر من استمرار سمة وسيلة إعلامية قديمة أخرى. منظمات مثل ميديا باس Media Pass تسمح بخلق جدار دفع سهل، ولكن عملائها، بما في ذلك سوشيال تودلارز Social Toddlers، ويزارد ميديا Wizzard Media، هي مواقع تجارية تبيع معرفة عبر الإنترنت، وليست مدونات.

وهو ما يقودنا إلى المصدر الثالث لدخل وسائل الإعلام طوال مئات السنين الماضية: الإعلان. في عالم مثالي أفلاطوني، قد لن نحتاج إليه – سواء بالنسبة للمدونات أو وسائل الإعلام القديمة مثل الصحف والمجلات. ولكان المدونون الأثرياء المستقلون الذين لديهم أقوى الدوافع كتبوا عن الحقيقة فقط كما رآوها، ولم يفسدونها بأخذ أي أموال نظير عملهم سواء حقيقةً أو التظاهر بذلك. ولكننا لا

نعيش في مثل هذا العالم المثالي -في عالمنا، يحتاج المدونون وجميع مـن يعملـون في وسـائل الإعـلام إلى لقمة العيش. أنا أحب التدريس، ولكنني لا أفعله مجاناً عـادةً، لأنـه يتعـين عـلي تسـديد فـواتير المسكن والكهرباء.

ثم ماهو الدليل على الضرر الذي لحق بالتدوين خاصةً سواء عـن طريـق نهـج الـدفع نظـير التـدوين PayPerPost أو السـعي وراء الإعـلان؟ توضـح تدوينـة سـيروتا Sirota المعنونـة باسـم "بوليتيكـو جيســون بلـير" بعـد تصرف مراسـل نيويـورك تـايمز الشـائن الـذي اختلـق وانتحـل قصصا(ليفنسون، "مقابلة عن جيسون بلير "Jayson Blair،2003) نقطـة مهمـة: "صـحيفة سـوابق" النيويورك تايمز كانت موبوءة "بأكاذيب جيسون بلير الفاحشة" على صفحاتها. هل كان ذلـك لأنهـا، كانت تسعى ،أيضاً، خلف إيرادات الإعلانات؟

التفسير الأكثر ترجيحا هو إنه لا يوجد سبب ونتيجة بـين الإعـلان والتقـارير الخاطئـة، التـي تنشأ من زلة جميع البشر، بما فـيهم الصـحفيين (ومـع ذلـك راجـع نيسينسـونNissenson، 2007، لدوروثي شيف Dorothy Schiff، ناشر صحيفة نيويورك بوسـت، مقتـل خـبر في عـام 1976 بسـبب اعتراض معلنيها). كما أنه لا يوجد أي دليل على إن مـدونات الـدفع مقابـل التـدوين PayPerPost خدعت الجمهور بأكاذيب. إذا كانت تدوينـة مُحـددَة بوضـوح باعتبارهـا مكتوبـة وفقـاً لمواصـفات آخر، قبل وبعد التدوينات المكتوبة بوضوح وفقاً لمواصفات المدون فحسب، فإن مـن غـير المحتمـل أن يتلقى قارئ التدوينة المدفوع لها باعتبارها "صوت" المدون أكثر من قارئ الصحيفة الـذي يخلـط بين الإعلان ورأي الصحيفة، ورغم ذلك فإن كلا نوعي الخلط لا يحدث.

الصور على المدونات ومدونات الصـور: فوتوبوكـت Photobucket، انسـتجرام instagram، فليكر flickr، بينتيريست Pinterest

الإعلانات على المدونات تأتي في شكل نص، وصور، وفيديو. إعلانات أمازون تضـم صـورا للكتـب المعروضـة للبيـع ، ويـوفر جوجـل أدسـينس خيـارات للإعـلان الـنصي، أوالمصور، أو إعلانات الفيديو، كما ناقشنا سابقا. ولكن يمكن وضع صور ومقاطع فيديو أيضا على المدونات لجعلها أكثر تلويناً ، وأناقـة، وإثـارة للاهـتمام -لتوضـيح منشـورات

المدونة أو لمجرد جذب المشاهدين- دون وجود عائدات إعلانية منهم.

تسمح العديد من منصات التدوين (مثـل بلوجسـبوت Blogspot، راجـع "منصـات تـدوين مختلفة" لاحقا في هذا الفصل) للكاتب تحميل الصور ومقاطع الفيديو مباشرة إلى المدونـة. في حالـة مقاطع الفيديو، يمكن تضـمينها بسـهولة مـن خـلال الرمـز الـذي تتيحـه يوتيـوب ومواقـع الفيـديو الأخرى.

فوتوبوكت Photobucket هو مثال للمواقع المجانية التي تستضيف الصـور. يجـري إنشـاء كود HTML لكل صورة مستضافة ويمكـن تحريرهـا لتغيـير حجـم ووضـع الصـورة عـلى مـدونتك. يمكنك محاذاة الصورة إلى اليسار أو اليمين، وسوف يلتف النص حولها. كما يمكن أيضا وضع الروابط بسهولة في رمز الصورة، بحيث عندما ينقر القـراء عـلى الصـور، يُنقلـون إلى صـفحة عـلى الويـب في الرابط. تعمل إعلانات أمازون وجوجل المصورة بهذة الطريقة.

يعتبر موقـع انسـتجرام Instagram ، وافـد جديـد نسـبيا (بـدأ في أكتـوبر 2010) صُـمم في البداية لتسهيل تبادل الصور على أجهزة أيفون iPhone وأيباد iPads، واشتراه فيسبوك نظـير مليـار دولار في أبريل 2012. أنعشت المواقع التجارية مواقع أحدث وسائل الإعلام الجديدة.

لا يستضيف فليكر الصور فقط؛ ولكنه يعمـل أيضـا كمدونـة تصـوير فوتـوغرافي، أو معـادل فوتوغرافي ليوتيوب، مما يجذب المشاهدين إلى موقعه ، فضلا عن توفير محتوى قابـل لـلإدراج عـلى المدونات. ويمكن استخدام فوتوبوكت وانستجرام بهذه الطريقة أيضاً، كما إن تويـت بيـك Twitpic و واي فروج yfrog ، هما مواقع لاستضافة الصورـ مصممان خصيصاً للعمل بسرعة مـع تـويتر، كـما ذكرنا في الفصل الثالث، ولكن صورهم المستضـافة يمكـن وضـعها عـلى مـدونات أيضـا. كـما يسـمح بينتريست Pinterest بالتقاط أي صورة بسهولة مـن عـلى شـبكة الإنترنـت، بمـا في ذلـك صـور مـن مقاطع فيديو يمكن أن تظهر بعد ذلك على صفحة ملفك الشخصي أو صفحة pinboard كي يعلـق عليها المستخدمون الآخرون. كما يمكن تحميل صور بينتيريست مـن جهـاز الكمبيـوتر الخـاص بـك، وتضمينها في مدونتك، ونشرها عبر تويتر وفيسبوك عن طريـق الـروابط. اعتـبرت مجلـة تـك كـرانش

TechCrunchموقع بينتيريست "أفضل انطلاقة جديدة لمشروع في عـام 2011 " (كونسـتين Constine ،2012، وراجع أيضا مطبوعة أساتذة التسويق 2012،Marketing Profs)، وحصل الموقع عـلى الترتيـب 88 في قائمة أليكسا لأكثر المواقـع تصـفحاً في فبرايـر 2012، وتكتـب بيانكـا بوسـكرBianca Bosker، في هفينجتون بوست (2012)، سمات نجـاح بينتيريسـت ترجـع إلى تركيـزه المـنعش عـلى وحـدات (صـور نحبها) بدلا من عبء الكتابة عما نقوم به كما في حالة (تـويتر، فيسـبوك، فورسـكوير)، أو الـدفع عكـس تيار أحدث وسائل الإعلام الجديدة. إذا كان الأمر كـذلك، فـإن بينتيريسـت تحديـداً يسـتحق مزيـد مـن الدراسة (وراجع فيرارو Ferraro، 2012، للنقد).

التطبيقات Widgets هي طرق يمكن عن طريقها نشر أي تـدوينات، وفيـديوهات، وروابـط من أي نوع في أي مدونة أو صفحة ويب بسهولة. كتمييـز لهـا عـن "الـزرار" الـذي عـادةً مـا يـربط بموقع آخر واحد فقط، فإن تطبيقات widgets مصممة لتقديم العديد من الاتصـالات. عـلى سـبيل المثال يقدم فيسبوك وتويتر "أزرار buttons" أو "شارات badges" تسمح للقراء بالاتصال بصـفحات شخصية محددة. تقدم أمازون تطبيقات widget تسـمح للقـراء بالاتصـال بالعديـد مـن الصـفحات على موقعها.

لا يتم توفير تطبيقات الويدجيت فقط من خلال شركات مثل أمازون لمساعدة قراء مدونتك أو موقعك على رؤية منتجات أمازون (التـي سـوف تحصـل عـلى نسـبة مـن مشـترواتهم، إذا كنـت تتكسب مالا من مدونتك)، ولكن أيضـا مـن خـلال الشـبكات والمـنظمات التـي لا تبيـع أي شيء. لا يقدم تويتر أزراراً فقط؛ ولكن أيضـا تطبيقـات ويـدجيت تسـمح لقرائـك رؤيـة تغريـدات أشـخاص محددين، بما فيهم أنـت أو أنـت فقـط، أو جميـع مـن عـلى تـويتر. في جميـع الحـالات، يـتم تـوفير تطبيقات الويدجيت مجانا. في الواقـع، إنهـم يتصرفـون كلبنـات للويـب، التطبيقـات الظـاهرة عـلى صفحتك مع مجموعة من الوصلات إلى مواقع أخرى.

إحدى السمات المميزة لتطبيقات الويدجيت على نقيض الوصلات الثابتـة هـي إن روابط الويدجيت تتغير، أو "ديناميـة"، وفقا إلى الغـرض مـن الويـدجيت. الأمـازون

لديها عدة ويدجيت لمنتجاتها توفر وصلات محدثة لتلك المنتجات اعتمادا على محتوى منشورات المدونة على نفس الصفحة. على سبيل المثال، إذا كتبت مقالا نقديا عن دكستر Dexter، المسلسل التلفزيوني المعروض على شوتايم، فإن تطبيق أمازون ويدجيت الموجود على صفحتي سوف يعرض روايات دكستر وأقراص فيديو لحلقات المسلسل من المواسم السابقة. إعلانات جوجل ادسنس تعمل بنفس الطريقة. تطبيقات تويتر الويدجيت تُحدث باستمرار لإظهار آخر التغريدات. وأحياناً ما يكون لدي تطبيق ويدجيت "سياسة" أيضاً على مدونتي من منظمة اسمها "ويدجيت بوكسWidget Box" التي تأخذ نهجا ثالثا، من خلال عرض العناوين الرئيسية مع الوصلات لأكثر التدوينات السياسية شعبية -تعني الأكثر قراءة- على المدونات في قسم "السياسة" على شبكة ويدجيت بوكس (توجد أقسام للتلفزيون، والعلوم، والفئات الأخرى). كما يقدم صندوق ويدجيت تطبيق ويدجيت يسرد قائمة بالتدوينات المحدثة في مدونتك؛ يمكن أن يكون هذا مفيدا للغاية إذا كان لديك أكثر من مدونة وترغب في جذب حركة قراء ذهابا وإيابا، وبطبيعة الحال، إذا كان يمكنك إقناع أصدقائك وضع الويدجيت الخاص بك على مدوناتهم وصفحاتهم ويب. كما توفر منصات التدوين مثل بلوجسبوت Blogspot تطبيقات ويدجيت متعددة- بما في ذلك أحدهم -مثل ويدجيت تويتر- الذي يسرد قائمة ويربط إلى أحدث التدوينات على المدونات الأخرى التي أدخلتها في "حزمة مدوناتك blogroll".

لاحظ إن المدونات المدرجة في أي صندوق تطبيقات ويدجيت فإن الويدجيت قد تعرض جوجل أدسنس أو أي نوع من الإعلانات، حتى إن كانت مدونتك لا تعرض. إذا كنت لسبب ما لا تنفر من كسب المال فقط ولكن أيضا من مساعدة أي نوع من توليد الدخل على الانترنت، فإنك تحتاج إلى تولية عناية خاصة في اختيار تطبيقات الويدجيت الخاصة بك.

قياس تأثير أحدث وسائل الإعلام الجديدة: من خلال مقاييس ستيت كونتر statcounter[3]، ألكسا Alexa[4]، وكلاوت Klout[5]

مالم تكن تدون من أجل متعة أن ترى كتابتك على صفحة ويب- وهي بالتأكيد إحدى العوامل المحفزة لمعظم الكُتاب- سوف تكون مهتما بمعرفة كم عدد الذين قرأوا كلماتك، وغيرها من الإحصاءات التي تقيس شعبية مدونتك. خدمات مثل ستيت كونتر Statcounter وسايت ميتر SiteMeter تقدم تفاصيل عن عدد الأشخاص الذين يزورون مدونتك، بما في ذلك العدد الأولي للزوار، ما الصفحات التي يقرأونها، من أين يأتي الزوار (أي بلدان، أي مواقع ، وهكذا)، وما المدة التي يقضونها على مدونتك، وأين يذهبون عندما يغادرون مدونتك (ما روابط الخروج التي ينقرونها). الخدمات الأساسية مجانية، مع إمكانيات دفع نظير تحليلات لمجموعات أكبر من الزوار.

كان تكنوقراطي Technorati[6] يقيس شعبية المدونة بطريقة مختلفة منذ عام 2002 هي: كم عدد المدونات الأخرى التي تضع رابطاً لمدونتك. علاوة على ذلك، يتبع تكنوقراطي بدوره روابط جميع المدونات التي تضع رابطا لمدونتك. كونك مرتبطاً بـ10 مدونات، وتحتوي كل منهم على 500 رابط أكثر تأثيرا من كونك مرتبطاً بـ100 مدونة، وتحتوي كل منهم على 5 روابط. في الحالة الأولى، من المرجح أن يشهد مدونتك العديد من القراء.

تتخذ أليكسا نهجا آخرا مكملا، تعتمد في ترتيب المدونات على صيغة تستند إلى عدد القراء، والوصلات، ومعدلات النمو. تفعل صفحة الترتيب PageRank الخاصة بجوجل شيئا مشابه ولكن على مدى فترات زمنية أطول. كلا النظامين ينتهجان السرية حول "الخوارزميات" الدقيقة التي يستخدمونها لتحديد الترتيب، لثني المدونين عديمي الضمير ومطوري مواقع الويب من التلاعب أو "اللعب" بالبيانات من أجل تحقيق ترتيب أعلى.

[3] http://statcounter.com/

[4] http://www.alexa.com/

[5] http://klout.com/home

[6] http://technorati.com/

مثل هذا "اللعب" سنواجهه في الأنظمة الأخرى التي تقيس شـعبية أو تسـتند قـوائمهم عـلى الشعبية. خدمات مثل رديت Reddit و ديج Digg التي سوف نتعرض لها في الفصل الثـامن، تضـع المقالات، والصور، ومقاطع الفيديو على صفحاتها الأولى على أساس عدد أصوات المع والضد ("احفـر Diggs " و"ادفن Buries" في Digg) التي قد تتلقاها من القراء. وهو م يجعل مثـل هـذه الأنظمـة عرضة بشكل خاص للمقامرة، حيث يحاول المستخدمين تضخيم الأرقام الإيجابيـة مـن خـلال حشـد الأصوات لصالح مقالات معينة.

كلاوت Klout، وافد جديد في مجال قياس أحدث وسائل الإعـلام الجديـدة (سـبتمبر 2009) بما لديه من 100 مليون مستخدم بحلول نهاية عام 2011، لا يقيس شعبية أو تـأثير المـدونات وإنمـا المـدونين، و"تـأثيرهم" عـلى تـويتر، وفيسـبوك، وجوجـل بلـس، ويوتيـوب، وفورسـكوير، ولينكـدإن، وفليكر، وتمبلر (راجع القسم التالي) ، ولاست أف أم Last.fm (موقع استماع إلى الموسـيقى). يقـاس التـأثير بعـدد إعـادة إرسـال التغريـدات، والتعليقـات عـلى المـدونات، والفيسـبوك، وجوجـل بلـس، ويوتيوب، وما شابة. المسـتخدمين الـذين لـديهم درجـات عاليـة عـلى كـلاوت "اكراميـات" (تلقيـت اكراميات تتراوح من سندوتش مجاني في إحدى مطاعم سـب واي Subway إلى خصـم عـلى قفـازات ليفت لان Leftlane). ولأن كلاوت Klout يتتبع الكثير من الأنظمة المختلفة، فالتلاعب به أصعب.

منصات تدوين مختلفة

مدونتي InfiniteRegress.tv تستخدم منصة جوجل "بلوجسـبوت Blogspot"، أو "بلـوجر Blogge" (المُطلَقة بشكل مستقل من جوجل في عـام 1999). بالإضـافة إلى فضـيلة مجانيتهـا، فهـي تقدم تشكيلة كبيرة من قوالب المدونات (التي تحدد كيف تبدو المدونة –على سبيل المثال الألـوان، وموضــع منشــورات المدونــة، والأعمــدة الجانبيــة) أو تســمح لــك باســتيراد تصــميم قالبــك. كما تقـدم منصـة بلوجسـبوت سـيطرة ممتـدة عـلى التعليقـات، بمـا في ذلـك الإخطـار بالتعليقـات

جديـدة، وأدوات إشراف متنوعـة مثـل CAPTCHA[7] اختبـار تـورنج Turing العـام الأوتومـاتيكي للتمييز بين الإنسان والكومبيوتر. كما يسمح بلوجسبوت بمدونات متعددة لنفس الكاتـب أو كتـاب عديدون لنفس المدونة.

إحدى السمات الرئيسية لبلوجسبوت-لعلها الأهم- هي إن المدونين لـديهم إمكانيـة دخـول لشفرة HTML الأساسية التي تحدد شكل ومظهر المدونة وتسمح بالإدراج السهل لعـدادات قيـاس الزوار، وتطبيقات الويدجيت كما ناقشنا في الأجزاء السابقة.

وورد برس Wordpress (أطلق 2003) هو مثل بلوجسبوت إلى حد كبير، ويقـدم مجموعـة واسعة من المزايا المجانية. كما توفر مواقع مثل أمازون وغيرها مساحة تدوين مجانيـة لمسـتخدميها ولكن دون إمكانية دخول لشفرة HTML وأقل سيطرة بكثير على المدونة عموماً.

في الطرف الآخر من الطيف، توفر بعض منصات التدوين ميزات مماثلة لبلوجسبوت ولكنها ليست مجانية. منصة تاي باد Typepad(بدأت في 2003) تتقاضى مـن أي مكـان في العـالم مـا يـتراوح بين 8.95 دولار (خدمة أساسية) إلى 29.95 دولار(خدمة مميزة) شـهريا. وميزتهـا الرئيسـية الأفضـل من بلوجسبوت هي شكلها الأكثر تميزا (على افتراض إنك اعجبت بهة الهيئة)، وتأتي مغلفة بعدادات متطورة وغيرها من الميزات. بينما منصـة موفابـل تايـب Movable Type (أُطلقـت في عـام 2001) مجانيـة للاسـتخدام غـير التجـاري (لا إعلانـات عـلى موقعـك، ولا تسـتخدمها لكسـب المـال)؛ وإلا ستتكلف مئات من الدولارات سنويا. أما منصة لايف جورنال LiveJournal (أُطلقت في عام 1999) فتوفر حساب أسـاس للتـدوين مجانـاً لكنهـا تـوفر حسـابات "مدفوعـة" نظـير 19.95 دولار سـنوياً. (وجميـع المنصـات السـابقة تايبـاد Typepad ، موفابـل تايـب Movable Type ، ولايـف جورنـال LiveJournal جميعا مملوكة لشركة سيكس أبارت Six Apart).

أما الأكـثر حداثـة في منصـات التـدوين فهـو تمبلـر Tumblr (أُطلـق 2007)

[7] الكابتشا (CAPTCHA) هو كلمة إنجليزية مركبة تمثل الحـروف الأولى للكلـمات في جملـة "Completely Automatic Public Turing Test to Tell Computers and Humans Apart"، وتعنى اختبار تورنج العام الأوتوماتيكي للتمييز بـين الكومبيوتر والإنسان- المترجم

و بوستيريوس Posterous (أُطلق عام 2008، ثم بِيع لتـويتر في عـام 2012) وكلاهـما يـوفر تكـاملا وتضميناً أسهل مع مقـاطع الفيـديو، والصـور، وأي شيء عـلى الويـب لـه عنـوان URL. يلبـي تمبلـر التدوينات القصيرة، جاعلا إياها في شـكل وسـط بـين تـويتر وبلوجسـبوت، ويمكـن نشره مـن خـلال الهواتف الذكية أسرع من بلوجسبوت.

في النهاية، إذا لم يكن المال هدفا، فإن اختيارك لمنصة تدوين من المرجح أن يتحدد بما تعتبره الأكثر جاذبية أو اتفقاً مع تصورك عن الغرض مـن مـدونتك. بالنسـبة لكاتـب بخيـل ومهـزار أحيانـاً مثلي، فإن مدونة بلوجسبوت المجانية لا تقاوم. وأفضل مظهرهـا العـام والسـيطرة التـي لـدي عـلى نحت المدونة. ولكن إذا كنت تفضل الظهور القصير ولكـن تريـد منصـة لـديها تـدوينات أقـل زوالا وأطول قليلا من تويتر، فاختر تمبلر، أو اختر كلا من بلوجسبوت وتمبلر، واربطهم ببعضهما البعض.

هل المدونون يحق لهم نفس الحماية التي يوفرها الدسـتور للصـحفيين العـاملين في وسـائل الإعلام التقليدية؟

يمكن أن يكون التدوين عملا جادا، ليس فقط على مستوى كسب المال ، والقضايا الأخلاقيـة المنطوية على ذلك، والتي درسناها سـابقا، ولكـن في تـأثيره السـياسي والاجتماعـي وعلاقتـه بوسـائل الإعلام القديمة بدءا من الصحف إلى التلفزيون. ننتقـل في هـذا القسـم وبـاقي الفصـل إلى النظـر في بعض هذه القضايا، بدءا من مسألة مـا إذا كـان المـدونون محميـون مـن تـدخل الحكومـة بموجـب التعديل الأول للدستور.

تقـف المحكمـة العليـا مـع الصـحف ووسـائل الإعـلام المطبوعـة عمومـاً في التعـديل الأول للدستور وقضايا حرية الصحافة في القرن العشرين. في دعوى صحيفة نيويـورك تـايمز ضـد سـوليفان (1964)، قيدت المحكمـة للغايـة الدرجـة التـي يمكـن رفـع دعـوى ضـد الصـحافة بتهمـة التشـهير والقذف؛ وفي دعوى صحيفة نيويورك تايمز ضد الولايات المتحدة (1971)، أوقفت المحكمـة محاولـة إدارة نيكسون وقف نشر أوراق البنتاجون (راجع تيدفورد Tedford، 1985، لمناقشة هذة الحـالات تفصيليا ولحالات التعديل الأول للدستور الأخرى المـذكورة في هـذا الفصـل، وراجـع أيضـا ليفنسـون "الاستهانة بالتعديل الأول للدستور"، 2005).

الصـحافة التليفزيونيـة، وغيرهـا مـن أشـكال الإعـلام القديمـة للصـحافة، لم

يكن حالها أفضل. مبدأ الإنصاف الذي قدمته لجنـة الاتصـالات الفيدراليـة في عـام 1949، قضى بـأن يقدم المذيعون تغطية متوازنـة في القضـايا المثـيرة للجـدل. في دعـوى إذاعـة ريـد ليـون ضـد لجنـة الاتصالات الفيدراليـة (1969)، أيـدت المحكمـة العليـا هـذا المبـدأ، عـلى أسـاس إن محطـات البـث شحيحة بالضرورة بالمقارنة بوسائل الإعلام المطبوعة - عـدد محـدود مـن المحطـات فقـط يمكـن أن يتناسب مع طيف البث، على عكـس عـدم وجـود قيـود تكنولوجيـة أو طبيعيـة عـلى عـدد نـاشري الصحف. لذا قررت لجنة الاتصالات الفدرالية إلى التخلي عن مبدأ الإنصاف في عـام 1987، ولكـن في غضون ذلك، وبناء على مسألة تتعلق بالازدراء الاجتماعي أكثر من الصحافة، قضت المحكمـة العليـا في دعوى لجنة الاتصالات الفيدرالية ضد مؤسسـة باسـيفيكا (1979) إن لجنـة الاتصـالات الفدراليـة لديها الحق في توجيه المحطات الإذاعية بعدم بث مسلسل جورج كـارلين الكوميـدي "سـبع كلـمات قذرة" (السبب في هذه الحالة هو إن المستمعين قد يتابعون الإذاعة ثم يفاجئون بالاستماع إلى مثـل هذة البرامج المرفوضة، وهو على عكس قرار القراء المقصود بشراء نسخة من مجلة بلاي بوي).

تتلقى وسائل الإعلام الجديدة -أو ظهور وسائل الإعلام القديمة مثـل الصـحف عـلى الويـب- تأييدا كبيراً من المحكمة العليا في دعوى رينو Reno ضد الاتحاد الأمريكي للحريات المدنية (1997)، والتي أبطلت فيها محاولة قانون آداب الاتصالات والمدعي العـام جانيـت رينـو اسـتخدامها لعقـاب جو شيا Joe Shea بسبب نشر لغة "غير لائقة" (منتقدة تمريـر الكـونجرس هـذا القـانون) في مجلـة على الإنترنت باعتباره انتهاكا لحماية التعديل الأول من الدستور للصحافة (راجـع ليفنسـون، 1997، للمزيد). يعتبر القرار في الواقع إن مجلة المنشورة على الإنترنت أشبه بصحيفة ورقية أكثر مـن البـث الإذاعي أو التليفزيوني.

وماذا عن أحدث وسائل الإعلام الجديدة مثل المدونات؟

هنا بدأت المعركة ومازالت تدور رحاها حول تسلط الحكومة على الصـحافة في منطقة قد تكون خارج منطقة التعديل الأول للدستور قلـيلا: القـوانين الوقائيـة التـي تحمي الصحفيين من إجبارهم على الكشف عن مصادر معلوماتهم إلى النيابـة العامـة و المحاكم و لا تعالج الحق في النشر، في حـد ذاتـه. قضـت المحكمـة العليـا في دعـوى

(برانزبرج Branzburg ضد هايز Hayes 1972) إن التعديل الأول لم يعط الصحفيين الحق في رفض الشهادة، أو الكشف عن مصادرهم، ولكن الكونجرس والمحاكم يمكنهم أن يسنوا تشريعات تعطي للصحفيين هذا الامتياز. ويؤكد مؤيدو القانون الوقائي إن من دون هذة الحماية لن يكون الصحفيون قادرين على آداء عملهم، وذلك لأن مصادرهم لن يمكنها الاعتماد على أي تعهد يقطعه الصحفي بألا يكشف مصادره في الموضوع الصحفي. أوافق و نقلت عني صحيفة يو اس ايه توداي USA Today قولي عن سجن جوديث ميلر مراسل نيويورك تايمز عام 2005 لفشلها في الكشف عن مصادرها في تسرب تحقيق وكالة الاستخبارات المركزية في قضية فاليري بليم Valerie Plame: "من الخطأ سجن مراسل لأنه حمى مصادره، بما في ذلك الصحفيون المخطئون " (ليفنسون، منقول عنه من خلال جونسون، 2005). ونقلت ميلر تعليقي في تصريحها الافتتاحي لشهادتها أمام اللجنة القضائية في مجلس الشيوخ الأمريكي ، جلسة استماع عن التشريعات الوقائية للصحفيين، في 19 أكتوبر 2005.

في ذلك الوقت، لم يكن هناك قانون وقائي فيدرالي -ولا يزال غير موجود- وهو السبب في قدرة المدعي العام الفيدرالي باتريك فيتزجيرالد الحصول على حكم بوضع ميلر خلف القضبان. أربعين ولاية ومقاطعة كولومبيا حاليا (في عام 2011) لديها قوانين وقائية، ولكن هل تحمي –ينبغي عليها حماية- المدونين أو الصحفيين الذين يدونون؟ ذكرت جوديث ميلر Judith Miller على فوكس نيوز ووتش (2008) إنه، لأول مرة يتعرض صحفيو الإنترنت للاعتقال أكثر من صحفيي المطبوعات في جميع أنحاء العالم في عام 2008.

حبس مدون الفيديو جوش وولف في سان فرانسيسكو في الفترة 2006-2007 يدل على إن عبارة "الصحفي الذي يدون"، بالنسبة لبعض الناس، متناقضة. كان وولف يصور مظاهرة في سان فرانسيسكو في يوليو 2005 حول قمة الثمانية G-8 التي تجري في اسكتلندا وقتئذ. وباع بعض من مقاطع الفيديو التي صورها لمحطات تلفزيونية محلية و نشر باقي المقاطع على مدونته. وللسخرية تعرض ضابط شرطة، اسمه بيتر شيلدز، في جزء آخر من المظاهرة ، لم يصوره وولف، وأصيب بكسر

في الجمجمة. وطلبت السلطات من وولف تسليم مقاطعه من الفيـديو. فـرفض وألقـي في السـجن. وعلق المدعي العام الأمريكي كيفن رايان في التماس إلى المحكمة "كان [وولـف] مجـرد شـخص لديـه كاميرا فيديو تصادف تسجيله لبعض الأحداث العامـة"؛ ووافـق قـاضي المحكمـة الجزئيـة الأمريكيـة وليام ألصب على ذلك بوضوح، واصـفاً وولـف بإنـه "صـحفي مزعـوم". عـلى النقـيض اعتقـد محـام وولف، مارتن جاربس مؤيد التعديل الأول للدستور، وأوضح "أود تعريـف الصـحفي بإنـه الشـخص الذي يجلب الأخبار للجمهور" (راجع كورتز، 2007) .

وأطلق سراح وولف في أبريـل 2007 ، بعـد ثمانيـة أشـهر في السـجن، عنـدما سـحب ممثلـو الادعاء تأكيدهم على إن وولف عليه الادلاء بشهادته. أتفق تمامـا مـع جـاربس وأعـرب عـن سروري لإنتاج العديد من التـدوينات وبودكاسـت وحيـد (ليفنسـون، "افرجـوا عـن جـوش وولـف"، 2007) وكذلك رسالة إلى أعضاء النيابة العامة الفيدرالية بالنيابة عن وولـف. ومـع ذلـك حُـرم وولـف مـن حريته لمدة ثمانية أشهر .

إحدى الطرق للنظر في هذه القضية -وفي مسـألة أكـثر عموميـة هـي مـا إذا كـان المـدونون صحفيين حقيقيين- هي كيفية التطبيق الأمثل لمقولة مارشال ماكلوهـان المـأثورة الشـهيرة "الوسـيلة هي الرسالة" (1964). إذا طبقناها بشكل سطحي، فإننا قد نستنتج، مـثلما فعـل المـدعي ريـان، إن وسيلة التدوين تختلف، كما هي في الحقيقة، عن وسائل الإعلام المطبوعـة والإذاعيـة، ومختلفـة بمـا يكفي لإنكار صحفييها وعدم الاعتراف بهم. رغم إن التحليل الأكثر دقة يشير إلى وجود وسائل إعـلام داخل وسائل الإعلام – حيث إن الصحافة ،أحد أشكال الاتصال، هي وسيلة يمكن تقديمها عبر وسائل الإعلام الأخرى، مثل الصـحف والـث الإذاعـي، والتلفزيـوني، والمـدونات النصـية والفيديويـة (راجـع ليفنسون، 1999، للمزيد عن وسائل الإعلام داخل وسائل الإعلام). كما ذكر جـاربس، إن الوسـيلة أو ممارسة العمـل الصـحفي هـو جلـب "الأخبـار إلى الجمهـور". كـان وولـف يعمـل بوضـوح في تلـك الوسيلة، من خلال مجال أكبر في تدوين الفيديو.

كانت قضية وولف معقدة على الأرجـح بسـبب حقيقـة إنـه لم يكـن مـدونا فحسب، إنما مـدون غـير تقليـدي، حيـث كـان يسـتخدم الفيـديو بـدلا مـن الـنص

كوسيلة (وسائل إعلام داخل وسائل الإعلام: الصحافة عبر الفيديو عبر المدونة). التدوين النصي الـذي كنا ندرسه في هذا الفصل يختلف كثيراً عن التدوين بالفيديو، ويتضمن ذلك إن النص يمكـن كتابتـه وتحميله ونشره بسرعة أكبر قليلا، وبمتطلبات تقنية أو إدراك أقل مما تتطلبه مقاطع الفيديو. ولكن تعريف جاربس لما يميز الصحفي يشير إلى أن القدرة على الصحافة ليست من بين هذه الاختلافات .

قد يكون إطلاق سراح وولف علامة على أن عالم تطبيق القـانون أصـبح واعيـاً لـدور أحـدث وسائل الإعلام الجديدة في مجال الصحافة. ولكن كان اعتقال وولف، بدلا من ذلك، هو النـذير عـلى سوء المعاملة الشرطية الهائلة للمواطنيين الصحفيين بعدها بست سنوات، ليس باعتقـال الصـحفيين فحسب، ولكن بضربهم أيضاً لاستخدامهم أدوات أحدث وسائل الإعلام الجديـدة لإخبـار العـالم عـن حركة احتلوا وول ستريت.

الصحفيون المواطنون، والتعديل الأول للدستور، وحركة احتلوا وول ستريت

كان رد الشرطة على حركة احتلوا وول ستريت في جميع أنحـاء الولايـات المتحـدة في خريـف عام 2011 مسيئاً لتكافؤ فرص حقوق التعديل الأول لجميع الصحفيين من مختلف انتماءات وسائل الإعلام: الصحفيون من وسائل الإعلام القديمة والجديدة، وأحـدث الجديـدة ، أي التـدفق الفيـديوي والتغريد على تويتر. في مدينة نيويورك، أبقى مايكل رئيس بلدية بلومبرج على كل الصحافة، بما فيها طائرات هليكوبتر المحطات الإخبارية التليفزيونية المحلية بعيـدا عـن إخـلاء المحتجـين مـن حديقـة ذوكوتي Zuccotti Park في 15 نوفمبر، 2011. وتم دفع المراسلين الموجـودين عـلى الأرض للمغـادرة بالاكراه، وأسوأ من ذلك. وذكـر مراسـل صـحيفة نيويـورك بوسـت، ضـمن أقـدم 13 صـحيفة تـنشر بانتظام في الولايات المتحدة، والتي تأسست في عـام 1801 (لا يمكنـك الحصـول مـن وسـائل الإعـلام القديمة على أكثر من ذلك) ، وتم وضع الصحيفة المحافظـة سياسـيا في قبضـة خانقـة. كـما اعتقلـت الشرطة صحفياً يعمـل في إذاعـة الوطنيـة العامـة (NPR) مـن قبـل الشرطـة (راجعسـتيلتر Stelter وبيكر Baker، 2011، لمزيد من التفاصيل). وكغضب مبرر على هذه المعاملـة السـيئة لهـم، أرسـلت

مؤسسات وسائل الإعلام شكوى إلى رئيس بلدية بلـومبرج كتبتها صـحيفة نيويـورك تـايمز، ووقعتهـا باقي المؤسسات، ومـن بينهـا: وكالـة أسوشـيتد بـرس، نيويـورك بوسـت، الـديلي بوسـت، طومسـون رويترز، شركة داو جونز، والمحطات التليفزيونية المحلية WCBS، WNBC (ستيلتر Stelter،2011). واستجابت إدارة شرطة نيويورك بعدها بأسبوع، مع تعليمات موجهة إلى أقسام الشرطة إن الشرطـة يجب ألا تتداخل مع الصحفيين الذين يقومون بعملهم (أسوشيتد برس، 2011).

ولكن هذا كان مجرد جزء من القصة. في أحد أجزائها الأخرى، استمرت سوء معاملة الشرطة للصحفيين الذين يغطون (احتلـوا وول سـتريت)، مـع دفـاع رئـيس بلديـة بلـومبرج عـن مثـل هـذا السلوك. وفي جزء آخر منها، احتمـل صـحفيو أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة معاملـة أكـثر سـوءا وشمولا مما عاملت بها الشرطة صـحفي وسـائل الإعـلام التقليديـة، حتـى ولـو مجـرد مغـرِّدين عـن التقارير الفيديوية والنصية التي حملت الأخبار إلى العالم كله عندما كانت وسائل الإعـلام التقليديـة مكبلة الأيدي مجازيا وحرفيـا. كـما أشـار سـتيلتر Stelter، وبيكـر Baker كنتيجـة لتكمـيم الشرطـة الصحفيين في وسائل الإعلام التقليدية، "كثير من مقاطع الفيديو الأولى لعمليات الشرطـة كانـت مـن وجهة نظر المحتجين. والفيديوهات التي تم بثها مبـاشرة عـلى الويـب وتـم تحميلهـا عـلى يوتيـوب جمعتها شبكات التلفزيون".

استجابت شرطة نيويـورك، وقـدمت هـافينجتون بوسـت (ميركنسـون Mirkinson،2011) موضوعاً حول المؤسسات الصحفية الصغيرة وصحفيي أحدث وسائل الإعلام الجديدة الذين ضربتهم الشرطة بالعصي، ودفعتهم على الجدران، وضربـتهم بـالحواجز ضربـاً مبرحـاً، وقبضـت علـيهم. كـان الضحايا صحفيين لمواقع مثل صحيفة الديلي كـولر Daily Caller و دي إن أيـه أنفـو DNAinfo – وهم على الأرجح غير مألوفين لمعظم قراء صحيفة نيويورك تايمز، ولكنهم معروفون للأشخاص الذين يحصلون على أخبارهم عبر الهواتف الذكية والكومبيوتر اللوحي tablets .

وفقا للقصص السـابقة، أسـاءت الشرطـة معاملـة صـحفيي وسـائل الإعـلام القديمة والجديدة على السـواء رغـم امـتلاكهم وثـائق اعـتماد كصـحفيين واضـحة للعيان. ولكن كان هناك أيضا آخرين كثيرين دون وثائق اعتماد، لأنهم لا يتبعـون

أي مؤسسة على الإطلاق، ولكنهم يسجلون ويغردون على تويتر عن الحقيقـة ليراهـا الجميـع، عـلى أية حال. و سوف نتعرض إلى بعض هؤلاء الصحفيين المواطنين وعملهم في الفصل العاشر، "السياسـة وأحدث وسائل الإعلام الجديدة". أما الآن، يمكننا القول إن العمل الذي بدأه جوش وولف – الإصرار على إن أي شخص يمارس الصحافة محمي بموجب التعديل الأول للدستور، سواء منتمي مهنيـاً أم لا - لا يزال أمامه طريق طويل ليقطعه.

المدونون و جماعات الضغط

طفا نوع آخر من قضايا تدوين التعديل الأول للدسـتور عـلى السـطح في ولايـة واشـنطن في ديسمبر 2008 (تقرير محطة فوكس مع شيبرد سميث)، حيث بدأت لجنة الإفصاح العامة في النظـر في ما إذا كان المدونون الذين يتقاضون نظير كتابـة مشـاركات تقـر مواقـف معينـة هـم، في الواقـع، جماعات ضغط، وبالتالي موضوع للوائح التي تنظم جماعات الضغط (هذا مكـافيء للإفصـاح الـدائم عن كونك من جماعات الضغط المدفوعة).

يقول ديفيد جولدشتاين David Goldsteinصاحب مدونة Horsesass.com عـلى محطـة فوكس إن المدونين يحق لهم حماية التعديل الأول من الإفصاح عـن أي معلومـات للحكومـة، بمـا في ذلك ما إذا كان مدفوع لهم نظير تدويناتهم، ومن يدفع لهم. ولكن الإعلان وكسب التأييد يخضـعان بالفعل للائحة حكومية أساسية، والتي تؤكد عـلى الإفصـاح الكامـل عـن جماعـات الضـغط وتـوخي الحقيقـة في الإعلانـات التجاريـة عـلى التلفزيـون، والإذاعـة، والصـحافة، وبالتأكيـد، في أي مكـان. في المجال السياسي، وضـع قـانون مـاكين - فينجولـد(McCain–Feingold 2002) قيـودا عـلى تمويـل الحملات الانتخابية، بما في ذلك حظر الإعلانات المدفوعة من قبـل الشركـات والنقابـات، ولكـن هـذا التقييد ألغته المحكمة العليا باعتباره انتهاكا للتعديل الأول في مواطني الولايات المتحـدة ضـد لجنـة الانتخابات الفيدرالية (2010) .

قبل تناول مسألة ما إذا كان المدونون الذين يتم تعيينـهم لكتابـة مشـاركات تأييداً لمواقف سياسية يحق لهم الحماية التي يمنحها التعـديل الأول مـن الدسـتور

للصحافة، علينا أولا أن نسأل: هل قوانين الضغط والقيود المفروضة على الإعلان نفسها تنتهك التعديل الأول، كما اعتبر قرار مواطني الولايات حول إعلانات الشركات والنقابات نيابة عن المرشحين السياسيين؟

السؤال المتعلق بالدعاية والإصرار الحكومي على الحقيقة الرد عليه أسهل، لأن الإعلان جزء أو شكل من أشكال الأعمال التجارية بوضوح، وهو منظم في حد ذاته بطرق عديدة من قِبَل الحكومة. الإعلان الكاذب هو بالتأكيد نوعا من الاحتيال في مجال الأعمال التجارية، وبالتالي غير حقيقي في نفس الساحة مثل الكتابة التقريرية والتعليق على السياسات العامة أو أي موضوع آخر- وهي وظيفة الصحافة، سواء كانت مدونة من أحدث وسائل الإعلام الجديدة أو صحيفة من وسائل الإعلام القديمة. تنظيم الضغوط السياسية مسألة مختلفة، وهي جزء من هدف جعل السياسة في ديمقراطيتنا "شفافة"، كما في حالة إلزام المرشحين للمناصب الكشف عن مساهماتهم المالية. ولكنني لست متأكدا، حتى بعيدا عن التدوين، إذا ما كانت أي مراقبة حكومية لمساهمات الانتخابات هي في مصلحة ديمقراطيتنا. ويمكن تقديم أطروحة إن أفضل سياسة يمكن أن تتبعها الحكومة هي الاحتفاظ بيديها بعيداً تماماً عن التدقيق في تمويل الانتخابات، لأن مثل هذه الرقابة يمكن أن تؤدي إلى أن يصبح في السلطة حزب يتخذ إجراءات تدعم هيمنته المستمرة. لهذا السبب، اعتقد إن قرار مواطني الولايات المتحدة هو خطوة في الاتجاه الصحيح .

ولكن حتى لو اتفقنا، جدلا، إن تمويل جماعات الضغط ينبغي دائما أن يكون علنيا، فما زالت مسألة ما إذا كان حصول المدون على أموال مقابل الكتابة لصالح مرشح، أوموقف سياسي أو رسمي يعني إنه في واقع الأمر عضو جماعة ضغط. لأن عضو جماعة الضغط عادة ما يعمل على أساس شخصي، عبر لقاءات حول أهداف جماعات الضغط (المشرعون وغيرهم) لإقناع، واستمالة، والضغط على المستهدفين من أجل التصويت أو العمل لصالح أو ضد تشريع، أو اتخاذ موقف معين بشأن حزمة أو مجموعة واسعة من مشاريع القوانين التي تدور حول قضية مركزية، مثل ظاهرة الاحتباس الحراري. ورغم إن إنتاج البيانات الصحفية قد يكون جزءا من هذه الجهود، فإن النص هو مجرد عنصر من عناصر الحملة.

في المقابل، منشور المدونة، سواء كان مكتوبا نظير مال أو مبادرةً من مدون، فهو موجود في حد ذاته على صفحة مدونة. قد يضع عضو جماعة الضغط رابطاً له، أو يطبعه، أو يدرجه في مواد الحملة، ولكن إذا كنا نتحدث عن منشور مدونة، وليس بيانا صحفيا، فإن للنص أيضا حياته الخاصة. رغم إن له خصائص مشتركة مع الإعلان، وينبغي أن يحدد كمنشور مدفوع (كما ناقشنا مسبقاً في "كيف تكسب مالا من مدونتك")، فإنني أزعم إن إصرار الحكومة على إفصاح المدون عن جميع ظروف شراء التدوينة يتخطى الحدود وينتهك حقوق المدون وفقاً للتعديل الأول من الدستور. الناشر يدفع لي مقدما ويدفع عوائد الكتاب. كما تدفع الصحف رواتب للصحفيين. اسم الناشر على صفحة العنوان في هذا الكتاب، كما إن اسم أي ناشر صحيفة واضحاً لقرائها. ولكن بخلاف مصلحة الضرائب التي لها حق الحصول على إخطار عن هذا الدخل لأغراض الضريبة، لا يمكن لأحد أن يحلم بالقول إن الحكومة لديها الحق في معرفة الترتيبات المالية الخاصة بين ناشري وبيني، أو بين الصحيفة وصحفييها. وينبغي أن تنطبق نفس الخصوصية على كتابة المدون نظير أموال لصالح قضية سياسية أو مرشح. وبالنسبة لإمكانية تضليل العامة باعتقادهم إن منشور مدونة هو ملك لمدون بينما هو في الحقيقة رأي مدفوع، فما المهم في رأي مَنْ حقا؟ ألا ينبغي تقييم الرأي على أساس ما يقوله، وليس من الذي قاله؟ (راجع، مرة أخرى، ريتشاردز Richards، 1929).

التجهيل في التدوين

رغم إنه لا ينبغي على الحكومة إجبار المدونين الإفصاح عن ملابسات كتابة منشور مدونة، فإن من المستحسن رغم ذلك أن يعرِّف المدون قرائه عندما يكون المنشور مدفوع. هذا السؤال حول ما ينبغي ولا ينبغي الإفصاح عنه حول كيف ولماذا تُكتب تدوينة ما يتصل بسؤال أكبر عن التجهيل وعدم كشف المدون عن هويته، أو ما إذا كان المدون (أو المعلق) يجب أن يكتب باسمه الحقيقي.

تجهيل اسم الكاتب مناقض للصحافة ؛ معظم الصحفيين والوثائقيين، بما في ذلك جوش وولف، سعداء للغاية بذكر اسمائهم على عملهم، وبالطبع في وسائل الإعلام القديمة مثل الصحف ، يعتبر ذكر الاسم على الموضوع عاملا حاسما في بناء

السيرة المهنية.

ولكن ذكرت صحيفة نيويورك تايمز (جلترGlater، 2008) حالة استدعى فيها المدعي العام في برونكس Bronx مدونة نصية عن سياسة نيويورك، بعنوان "الغرفة 8"، للكشف أو لمساعدة المدعين في كشف هويات العديد من المدونين المجهولين. كما كانت نتيجة قضية جوش وولف، سحب مكتب المدعي العام الطلب- وكانت هذه المرة تحت تهديد دعوى قضائية من مدونة على انتهاك حقوقها المنصوص عليها في التعديل الأول للدستور.

الميزة الرئيسية للتدوين مُجَهَل الهوية هو إنه يزيد من حرية المدونين في الكلام أو نشر أفكارهم دون خوف من انتقام المشرفين، والرؤساء، والناخبين، والأصدقاء، والعائلة. يذهب التدوين مُجَهَل الهوية إلى أبعد من ذلك في هذا الاتجاه من التدوين تحت اسم مستعار أو كنية لا علاقة لها بالاسم الحقيقي للمدون – جميع منشورات المدونة مُجَهَلَة الهوية يكون لها نفس الإسناد "المجهول" حرفياً، الذي يهزم أي محاولة لتحديد سلسلة من منشورات المدونة باعتبارها عمل شخص واحد وهو ما يظهر بوضوح عندما يتم توقيع منشور باسم مستعار، رغم إن الاسم الحقيقي للمدون غير معروف.

النشر دون كشف الشخص عن هويته له تاريخ طويل على شبكة الإنترنت ولاسيما في التواصل عبر الإنترنت. فعندما أسست أنا وزوجتي تينا فوزيك Tina Vozick تعليم متصل Connected Education في منتصف الثمانينات -وهي منظمة غير ربحية تقدم دورات للحصول على تصديق أكاديمي، على شبكة الإنترنت تماما، وذلك بالتعاون مع المدرسة الجديدة ومؤسسات تعليم عالي أخرى قائمة على الأرض (راجع ليفنسون، 1985، 1997)- أحد أول الأشياء التي ناقشتها مع زميلي بيتر هارتونيك Peter Haratonik في مدرسة البحوث الاجتماعية الجديدة كانت هل علينا السماح للتعليقات المجهولة بالاتصال في مقهى إد -منتدى على شبكة الإنترنت للمناقشة العارضة. التعليقات المجهولة من الطلاب في فصولهم الدراسية على الإنترنت كانت محكومة منذ البداية، ولكن كنا نظن إن النقاش في المقهى ربما يستفيد من فرصة المجهولية لمن يريدون ذلك. في النهاية، قررنا العكس؛ الناس لا

يحبون التحدث مع ناس يضعون "أكياس على رؤوسهم"، كما قال هارتونيك.

ولكـن عـدم الكشـف عـن الهويـة، أو التظـاهر لإنـك شـخص آخـر تطـور إلى العديـد مـن الاستخدامات الأخرى في المدونات وأحدث وسائل الإعلام الجديدة، بما فيهـا مـن القـدرة عـلى كتابـة منشورات جدلية دون قلق من الانتقام، بالإضافة إلى أغراض التخريب، والتعليقـات التسـلطية دون الكشف عن هوية الشخص (راجع الفصل التاسع). ولخدمة هذه الأغراض، تعمـل المجهوليـة كقنـاع للجبان عند قيامه بسلوك يستحق الشجب.

في نوع مختلف تماما من التطبيق التخريبيـي، يمكـن اسـتخدام الحسـابات مجهولـة الهويـة والمستعارة لتعزيز شعبية منشور مدونة أو أي شيء لـه عنـوان عـلى الويـب URL. كـل مـا يحتـاج الداعمين فعله هو إنشاء حسابات متعددة. هـذا يطـل برأسـه في ويكيبيـديا ، كـما رأينـا في الفصـل السابق ، حيث "دمى القفاز"، أو الحسابات التي ينشئها مستخدمون لدعم حججهم ، هل تسـتطيع دائرة قصيرة أو محاولات تحيز بناء توافق في الآراء بين المحررين على الانترنـت. الحسـابات مجهـول الهوية والمستعارة أيضا تسـاعد وتحـرض عـلى التصـويت لموضـوعات صـعودا ونـزولا عـلى ريـديت Reddit و ديج Digg ، التي سوف ندرسها في الفصل الثامن .

قد يكون هناك أيضا عيباً شخصياً للمدون لكل من التدوين باسم مستعار ومجهول الهويـة، فضلا عن المشكلة المهنية المتمثلة في عدم بناء سمعتك المهنية ككاتب. كثيرا ما أمزح بقولي إنني لـن أكتب تحت اسم مستعار، لأنني أريد أن تعرف البنت التي جلست بجـواري في الصـف السـابع، ولم تعرني اهتماما كبيرا أن تعرف خطأها بنفسها عندما تدخل محل بيـع كتـب، أو إذا كانـت -في هـذة الأيام- تقرأ على الويب. المبدأ العام هنا هو إن كتابة مجهول الهوية لن تسـاعدك عـلى الشـهرة، إذا كان هذا ما تسعى إليه.

ومن الواضح أن تجهيل الهوية أسهل في وسائل الإعـلام النصـية عـن السـمعية والبصرية، لأن تمويه الأصوات والصور يحتاج قليلا من العمل، وإخراس أي صـوت أو طمس أي صورة يكون واضحا. في الواقع، فإن التعليقات مجهولة الهوية هـي الخيـار على معظم المدونات، رغم إن صاحب المدونة يمكنه منع التعليقات مجهولة الهويـة.

ولكن إذا كان المدون يريد تشجيع المناقشة، فإن منع أو إزالة أي تعليق لمجرد إنـه مجهـول الهويـة قد يأتي بنتائج عكسية. حيث إن الإحصاءات الأولية لمدى شـعبية التعليقـات مجهولـة الهويـة عـلى مدونتي على سبيل المثال تشير إلى إن نسبتها أكثر من واحد من كل أربعـة تعليقـات عـلى مـدونتي مجهول الهوية.

ويكيليكس والتجهيل

تأسسـت ويكيلـيكس WikiLeaks في عـام 2006 ، ودون اتصـال بويكيبيـديا – وهـي فنيـاً ليست مدونة ولا ضمن أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ولكنها ناشر عـلى الانترنـت لوثـائق سريـة و مصنفة مقدمة إليها من مصادر مجهولة (وتعني "مصنفة" إنها مصنفة من الحكومة حيث إنها غير متوفرة للتدقيق العام). وسائل الإعلام الجليلة مثل نيويورك تـايمز، والجارديـان (المملكـة المتحـدة)، ولومونـد (فرنسـا)، والبـاييس (اسـبانيا)، وديـر شـبيجل (ألمانيـا) في شراكـة مـع ويكيلـيكس في نشر الوثائق.

أثار إفراج ويكيليكس و شركائها مـن وسـائل الإعـلام القديمـة عـن برقيـات وزارة الخارجيـة الأمريكية في نوفمبر 2010 تحقيق وزارة العـدل الأمريكيـة جنائيـاً مـع ويكيلـيكس –مسـتمر حتـى فبراير2012– وجلب إلى الصدارة أسئلة مشتعلة عما إذا كان يحق لويكيليكس التمتع بالحماية التي يكفلهـا التعـديل الأول للدسـتور. شـكك القليلـون في إن صـحيفة نيويـورك تـايمز لهـا حمايـة -كـما أوضحت أوراق قضية البنتاجون (شركـة نيويـورك تـايمز ضـد الولايـات المتحـدة الأمريكيـة،1971) - ولكن معارضي ويكيليكس قالوا إنه ليس جهازا حسن النية من الصحافة، وهي مثل كثير من الحجج ضد صحافة المدونات.

مرة أخـرى اختلـف مؤيـدو التعـديل الأول في الـرأي. قلـت إلى صـحيفة كريسـتيان سـاينس مونيتور في فبراير2011 إن إفراج يكيليكس عن بيانـات وزارة الخارجيـة الامريكيـة كانـت أقـرب إلى قضية أوراق البنتاجون "والتـي كانـت لحظـة مهمـة جـدا في تاريخنـا لأنهـا أظهـرت كيـف تلاعبـت حكومتنـا بالحقيقـة وكـذبت عـلى الشـعب الأمـريكي" (ليفنسـون، مقتبسـة في جـودال Goodale، 2011).

تجاوز بعض مؤيدي ويكيليكس الكلمات. حيـث اخـترق مجهـول -مجموعـة من المجهولين أفرادا وجماعات "مناضلو القرصنة" الذين يستخدمون اسم مجهـول-

باي بـال Paypal و شركـات بطاقـات ائـتمان قديمـة(ماسـتركارد وفيـزا) في ديسـمبر 2010، ردا عـلى تجميد حسابات ويكيلـيكس. وسرعـان مـا توالـت الاعتقـالات في إنجلـترا وهولنـدا، وأصـدر مكتـب التحقيقات الفيدرالي أوامر تفتيش في الولايات المتحدة ولكن دون اعتقالات. رغـم إن المجهـول كـان ولا يزال مجهولا فإن مؤسس ويكيليكس، جوليان أسـانج Julian Assange، معروفـا جيـدا. وبـرادلي مانينج Bradley Manning، جندي في الجيش الاميركي، اُعتقل في مارس 2010 للاشـتباه في إمـداده ويكيليكس بمعلومات سرية. ومنذ فبراير 2012، تم تحويله لمحاكمة عسكرية.

لنكن واضحين، القرصنة من أجل التخريب، كما فعل مجهول احتجاجا عـلى إجـراءات شركـة بطاقة الائتمان ضد ويكيليكس، لا ينتمي إلى الصحافة بأي شكل من الأشكال، وبالتـالي لا يسـتحقون حماية التعديل الأول. ولكنني أزعم إن تصرفات ويكيليكس ومـانينج هـي بالتأكيـد، بـنفس طريقـة إفراج دانيال إلزبـرج Daniel Ellsberg عـن أوراق البنتـاجون ونشرهـا في صـحيفة نيويـورك تـايمز وواشنطن بوست واعتبرتها المحكمة العليا في الولايات المتحدة جديرة بحماية التعديل الأول.

ومنذ أفعالها باسم ويكيليكس، استمر المجهول في القيام بأعمال من صميم الصـحافة، بمـا في ذلك تغطية بالفيديو والتعليق الفعال حول أحداث الربيع العربي واحتلوا وول ستريت، والتي سوف نعود إليها في الفصل العاشر.

التدوين لصالح الآخرين

رغم إن التدوين على مدونتك هو أحدث استخدام لوسائل الإعلام الجديدة من التـدوين- أي إن هذا النوع المحدد من التدوين غالباً ما يجسد مزايا أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة واختلافاتهـا عن أقدم وسائل الإعلام الأقدم – تسمح مدونات عديدة على الويب، وتدعو، وتتكون مـن مشـاركات يكتبهـا أشـخاص غـير أصـحاب المدونـة. الفـرق الحاسـم بـين الكتابـة لهـذه الأنـواع مـن المـدونات ومدونتك،هو إن لديك بالطبع سيطرة أقل بكثير على كيـف ماتكتبـه يُـنشَر عـلى مـدونات الآخـرين. وفي أكثر أشكال هذا النوع تطرفاً؛ يمكن أن يقرر هذا النوع من الرقابة ما إذا كانت مشـاركتك سـوف تُـنشر. المـدون المشـارك في مثـل هـذه الحـالات لا يختلـف عـن الكاتـب الـذي يعمـل بالقطعـة

أو المراسل الذي يقدم موضوع لإحدى الصحف على الانترنت. ولكن حتى عندما يكون نشر أي شيء مضمون، فإن الكتابة لمدونات الآخرين قد تترك قرارات في أيدي الآخرين مثل أين ستوضع مشاركتك في المدونة، وفي أي فئة ، وغيرها. كما قد يكون المدون محروم من القدرة على تحرير المشاركة بعد نشرها ، وإدارة أو إزالة التعليقات، وتتبع عدد القراء، وكسب عائد إعلانات من منشور المدونة. وتختلف هذه القيود وغيرها من قيود التدوين لصالح الآخرين من مدونة إلى أخرى.

الميزة الرئيسية للتدوين لمواقع أخرى غير مدونتك هي إن تلك المواقع قد يكون لديها عدد قراء أكبر بكثير من مدونتك. على سبيل المثال مدونة كوس اليومية، على سبيل المثال، كان لديها نحو 5 ملايين القراء في يوم الانتخابات الرئاسية عام 2008، وبلغ متوسط عدد الزيارات مئات الآلاف في أيام الأسبوع في عام 2010. يمكنك مقارنة هذه الأرقام مع مقروئية صحيفة وول ستريت جورنال، أعلى نسبة توزيع (صحيفة ورقية) في الولايات المتحدة بـ 2.1 مليون قارئ يوميا في عام 2010، وصحيفة يو إس توداي لديها 1.8 مليون قارئ في اليوم الواحد، وستحصل على فكرة عن قوة المدونة الأكثر نجاحا في جذب أعداد كبيرة من القراء. (وكان أكبر عدد قراء حصلت عليه مدونتي في يوم هو 20 ألف قاريء لتدوينة كتبتها عن الحلقة الأخيرة من الموسم الثالث لمسلسل مفقود Lost بعد عام من نشر التدوينة.)

بدأت مدونة ديلي كوس Daily Kos في عام 2002، مما يجعلها إحدى أقدم أحدث وسائل الإعلام الجديدة. وتنشر"اليوميات" المقدمة من الأعضاء المسجلين (التسجيل مجاني و مفتوح للجميع). مثل هذة المشاركات لا يمكن تقديمها أكثر من مرة في اليوم. وتوضع على الصفحة الأولى للموقع - ما لم "يوص بها" محررو ديلي كوس، وفي هذه الحالة تظل منشورة على الصفحة الأولى لفترة أطول- أو حتى "يبرزها" المحررين على الصفحة الأولى بشكل أفضل. في الحالة التي تُنشر فيها مشاركة مدونة على الصفحة الأولى (وهو ما حدث لي مرة واحدة فقط، من أصل ما يقرب من 50 مشاركة، "خذها من أستاذ جامعة: ورقة أوباما [المفقودة] هي خدعة محافظيين أخرى" ، 2008). يستطيع الكاتب تحرير اليوميات بعد النشر، ولكن هناك مؤشرا عاما إن اليوميات تم تعديلها وتحريرها. يستطيع المستخدمون

المسجلون الآخرون كتابة تعليقات -اليوميات على الصفحة الأولى غالباً ما تحصد مئات التعليقات- ولكن الكاتب ليس لديه سلطة على إزالة، أو رفض، أو حتى إدارة التعليقات. رغم إنه حر في المشاركة في مثل هذه المناقشات والرد على التعليقات. يستطيع القراء التوصية بيوميات. كما تشكل التعليقات تصنيفاً (شكل من أشكال التوصية)، كما يستطيع الكُتاب أيضاً نشر تعليق خاص بعنوان "تلميح مؤثر"يستطيع القراء تقييمه ويظهر فيه موافقة إضافية وتقدير لليوميات.

تعتبر سمات التدوين على ديلي كوس مثالا ممتازا لخليط من أحدث وسائل الإعلام الجديدة (أو المناهج المحكومة تحريرياً لوسائل الإعلام المطبوعة الأقدم على الويب التي تعمل من أعلى إلى أسفل، ويحركها الخبراء) إحدى سمات أحدث وسائل الإعلام الجديدة التي تتمتع بها كوس هي إنها تسمح بالنشر المتبادل أو نشر موضوعات منشورة بالفعل على مدونات أخرى، بما فيها مدونتك. على عكس مدونة بلوج كريتيك Blogcritics (التي تأسست في عام 2002، اشترتها تكنوقراطي في 2008)، والتي تصر على النشر الأول لكل المشاركات. واعتمدت هذه السياسة في عام 2007 ، كوسيلة للحفاظ على مقروئيتها. غالباً ما يضع جوجل المنشور الأقدم للمدونة في أعلى نتائج البحث.

لا تدفع أيا من المدونتين ديلي كوس، وبلوج كريتيك للكُتاب الذين ينشرون مشاركات على صفحتها. ولكن بعض مواقع المدونات تفعل ذلك. يمكن أن يضيف هذا حافزا قويا للكتابة على مدونات الآخرين بالطبع. ويمكن أن تأتي المكافأة عموما من إحدى طريقتين: مكافأة نظير نشر موضوع (ويكون الحساب إما على أساس عدد الكلمات أو الموضوع ككل)، إما مكافأة من عائدات الإعلان المكتسبة من نشر موضوعاتك. تطور الإنترنت هو مثال لموقع مدونة تدفع بالطريقة الأولى. بينما مدونة الصالون المفتوح Open Sallon توظف الأسلوب الثاني. خمن ما نوع المكافآت الأكثر ترجيحا لتوفير معظم الدخل؟

يجب أن تكون الإجابة واضحة في جزء "كيفية كسب المال من مدونتك". الإعلان على المدونة يولد قدر ضئيل من الأموال ما لم تكن مقرؤيتك اليومية تقدر بعدة آلاف. تسمح مدونة الصالون المفتوح لمدونيها كسب عائد إعلان مباشر من

جوجل أد سنسGoogle AdSense. فمثلا تعتمد منشورات مدونتي (تراجع لا نهائي Infinite Regress) تلقائياً على مدونتي على الصالون المفتوح، حيث يكسبون حوالي 10-20 في المئة من عائدات الإعلانات المولدة من مدونتي تراجع لا نهائي.

باختصار، تجدر الإشارة بوضوح إلى إن: أي مدونة تحت سيطرة شخص آخر غيرك لا يمكنها فقط رفض نشر موضوع معين لك، ولكن أيضا يمكنها فصلك إذا كنت مدوناً منتظماً، أو حظرك من المدونة. فمثلا حظرت ديلي كوس لي ستراناهان Lee Stranahan في أغسطس 2008 (ستراناهان Stranahan، 2008) بسبب إعادة نشره موضوع كتبه لصحيفة هافينجتون بوست، مما حفز جون ادواردز على قول حقيقة إن موضوعه منشور في ذا ناشيونال انكويرر أولا. حدث حظر ستراناهان قبل اعتراف ادواردز. ولكن حقيقة أو كذب منشور ستراناهان أو أي منشور آخر ليست قضيتنا المهمة هنا، إنما الدرس من حظر ستراناهان هو إن أي مدونة ليست ملكك، بغض النظر عن مدى تقدميتها، يمكن أن تمارس نفس الأسلوب القديم في السيطرة على وسائل الإعلام وقتما تشاء.

وبالتالي لا تختلف السيطرة المطلقة التي تمارسها كوس اليومية على صفحاتها عن صحيفة نيويورك تايمز. وبالنظر إلى إن صحيفة ديلي كوس تنشر "يوميات" يكتبها القراء أو على الأقل من حيث المبدأ، أي شخص- يمكننا اعتبارها مثالا على أحدث وسائل الإعلام الجديدة، على النقيض من صحيفة نيويورك تايمز، والتي هي وسيلة قديمة أصلاً في صحافة (ليس صحيحا إن "كل الأخبار تصلح للنشر" ولكن "كل الأخبار التي يراها محررو صحيفة نيويورك تايمز صالحة للنشر")، مع مقالات كتبها صحفيون مهنيون مفوضون، حتى عندما تُنشر على الوسيلة الجديدة للويب.

ولكن مع ذلك صحيفة ديلي كوس على الجانب القديم للغاية من تواصل أحدث وسائل الإعلام الجديدة، إذا كان ذلك بسبب فقط قدرتها على منع أي مدون. فإن في أحدث وسائل الإعلام الجديدة الحقيقية أو المتطورة بالكامل، والتي تنشأ في أي وقت يكتب فيه أي شخص مدونة تحت سيطرته، قد يتوقف المدون أو يمتنع عن

التدوين ولكن لا يمكن فصله أو حظره.

بالطبع، يمكن لمنصة تدوين- مثل بلوجسبوت Blogspot التابعة لجوجل أو تايب باد Typepad التابعة لسيكس أبارت Six Apart – رفض بيع أو توفير منصة لمدون معين. ولكن هذا الرفض يبدو أقرب إلى رفض شركة الهاتف تقديم خدمة لزبون معين –بسبب سوء الحالة الائتمانية للعميل مثلا- منها إلى حظر محرر مدونة لأحد كتابها.

تغيير العالم بمدونتك

كما هو الحال في كل ما نفعله في الحياة، قد تكون لدينا دوافع مختلفة لنشر مدونتنا- وغالبا أكثر من دافع، ويمكن أن تشمل هذه الدوافع الفرحة بالكتابة ووجود أشخاص آخرين يقرأون ما تكتبه، وكسب المال، وتغيير العالم -التأثير على شيء حقيقي في العالم، أو في السياسة أو العلم أو أي مجال- بالكلمات على مدونتك. بعد كل شيء يمكن أن تكون الكلمات قوية جدا. وقوة أي مدونة هي فريدة من نوعها بالمقارنة مع أشكال قديمة من الكتابة، في إن هذة الكتابة يمكن نشرها على الفور، كما رأينا، وهو ما يعني إن أي شخص، بما في ذلك الأشخاص القوية، والمهمة، والمشاهير يمكنهم قراءة ذلك. مع ذلك توجد قيود مهمة هي إن القراء، سواء مشاهير، مهمين، لديهم سلطة، أم لا، من غير المرجح أن يعرفوا عن كتابة المدون، وأن يبحثوا عنها، وأن يولوها اهتماما كبيرا إذا ما صادفوها، ما لم يكن المدون يمتلك بالفعل بعض من هذه الصفات – أي أن يكون المدون لديه سلطة، ومهم، ومشهور. ومع ذلك، عندما تؤخذ جميع العوامل في المعادلة، فإن المدون غير المعروف لا يزال لديه فرصة أفضل بكثير كي يُقرأ من المشاهير وذوي السلطة أكثر من الكاتب غير المعروف في وسائل الإعلام القديمة، بسبب إن الكتاب غير المعروفين في وسائل الإعلام القديمة لديهم فرصة نشر صغيرة في المقام الأول.

كيف يمكنك أن تعرف إذا كان شخصا مهما قرأ مدونتك؟ العدادات الإحصائية يمكن أن تخبرك عناوين بروتكول الإنترنت IPs –مواقع الإنترنت- ومواقع القراء الجغرافية؛ والتي يمكن أن تشمل الشركة أو المدرسة الموجود فيها أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم ولكن ليس أسمائهم على الأرجح؛ لذا فإن فإن الطريقة الوحيدة في

نهاية المطاف التي يعول عليها تماما في معرفة مَنْ، على وجه التحديد، قرأ مدونتك هي عندما يعلق القراء، أو يضعون وصلة لمدونتك، أو يشيرون إليها في مدوناتهم، أو يتحدثون أو يكتبون عنها في وسائل الإعلام الأخرى .

إن تعليق ريتش سومر Rich Sommer على مدونتي عن مسلسل رجال مجانين، الذي ناقشناه سابقا، قد يكون حالة شخص ليس فقط أكثر شهرة مما قرأت، إنما أيضاً مما تواصل معي ومع العالم على مدونتي. ولكن العالم لم يتغير نتيجة لذلك. وبالطبع، نقد المسلسلات التلفزيونية ليس لها تأثير كبير على العالم على الأرجح.

المدونات السياسية، بطبيعة الحال، تختلف في آثارها المحتملة، ولكن ليس لدي أدنى فكرة عما إذا كان باراك أوباما، أو أي من مستشاريه المقربين، أو أي شخص مهم في السياسة قد قرأ أياً من تدويناتي، ناهيك عن تأثره بها.

ولكن بعد ظهر يوم 24 سبتمبر 2008، نشرت تدوينة بعنوان "ينبغي على أوباما رفض دعوة ماكين إلى تأجيل المناظرة إلى الجمعة" على مدونتي تراجع لانهائي Infinite Regress وأعدت نشرها عبر الصالون المفتوح Open Salon والعديد من المواقع الأخرى. وكان هذا ردي على إعلان جون ماكين إنه علق حملته الانتخابية، حتى يتمكن من الذهاب إلى واشنطن للتعامل مع الأزمة المالية، وطلبه من باراك أوباما الانضمام إليه في تأجيل أول مناظرة انتخابات رئاسية في عام 2008 مقررة لهما.

"نصحتُ" أوباما إن تأجيل المناظرة سيكون خطئا كبيرا، لأن الأزمة المالية تدعو إلى التأكيد على العملية الديمقراطية، بما في ذلك استمرار الحملات والمناظرات المقررة، وليس تعليقها أو تأخيرها.

كنت سعيدا بعدها بنشر ما يلي على مدونتي:

أخبار عاجلة: الساعة 4:74 عصرا أوباما قال للتو إنه يعتقد إن المناظرات يجب أن تستمر – هذا هو الوقت بالضبط الذي يحتاج فيه الشعب الأمريكي لأن يرى ما الذي يستطيع فعله هو وماكين كرئيس. جيد!

وفي الساعة 6:00 مساء نشر، جوان والش، المدون ورئيس تحرير الصالون

المفتوح التعليق التالي على مدونتي:

بول ليفينسون يتحدث، وأوباما يستمع! لقد كتبت للتو عن هذا، أيضا!

هل قرأ أوباما أو أي من مستشاريه مدونتي؟ وهل تأثروا بها؟ ربما لا. ومن المرجح أن يكـون فريق أوباما قد قرأ وتأثر بمدونة جوان والش، الذي لم يكـن رئـيس تحريـر الصـالون المفتـوح فقـط وقتئذ، ولكن أيضا ضيف متكرر على برنامج كريس مـاثيوز Chris Matthews هاردبـال Hardball وبرامج إخبارية أخرى عـلى محطـة MSNBC بكثـير. (ولا تـزال جـوان ضـيفة متكـررة عـلى بـرامج MSNBC، والآن في يناير 2012 محرر عام في صالون.)

ولكنني حكيت تلك القصة الحقيقية عن تدويني في هذا الكتـاب لأنهـا تسـلط الضـوء عـلى إمكانات أية تدوينات، في أي مكان على شبكة الإنترنت، قد يقرأهـا مرشـح رئـاسي أو حتـى الـرئيس. وهذة، أيضا، هي إحدى السمات المميزة لأحدث وسائل الإعلام الجديدة: يمكنك الجلوس على جهـاز الكمبيوتر الخاص بك وتكتب كلماتك، وهذه الكلمات يمكن أن تدفع العالم في اتجاه أفضل، أو عـلى الأقل في الاتجاه الذي تعتقد إنه الأفضل. يمكنك أن تكون محرر عام، أو أستاذ جـامعي، أو في السـنة الثانية من الدراسة الجامعية أو المدرسة الثانوية.

مشرف المدينة ومدونته

بول فاينر Paul Feiner، الذي كان مشرف بلدة جـرينبرج Greenburgh، في نيويـورك منـذ عام 1991 (وهو منصب منتخب لمدة سنتين، في مقاطعة وستشستر، شمال مدينة نيويورك)، صريـح في اعتماده على المدونات. عنـدما كنـت ضـيفا عـلى برنامجـه الإذاعـي الأسـبوعي "تقريـر جـرينبرج Greenburgh" على محطة WVOX في9 يناير 2009، أوضح فاينر إنه يجد التعليقات على مدونتـه العامة مفيدة، وحتى حاسمة، في إبقائع على علم بما يفكر فيه ناخبيه.

يدرك فاينر حتى فوائد –وسلبيات- التعليق من مجهول. أخبرني فـاينر "اسـمح للناس أن يعلقـوا عـلى المدونـة دون تسـجيل اسـمائهم، رغـم إن المعلقـين يمكـن أن يكونوا "سيئين للغاية" و "يختلقون أشياء" ويقدر فاينر فوائد ذلـك بقولـه :"أسـتطيع من المدونة الحصول على تصور عما سوف تصبح عليه بعض القضايا والخلافات قبـل

أن تصل اجتماع مجلس المدينة...لأن في بعض الأحيان يمكن أن يقول الناس ما هو حقا في أذهـانهم في مدونة...إذا لم يكن لدي مدونة أو استخدام للإنترنت أو اعتمدت فقط على الصحف، فلـن أعـرف أبدا ما يقوله الناس، في عدم وجودي".

وبكلمات أخرى، بالنسبة للمسؤولين والقادة السياسيين مثـل بـول فـاينر الـذين يـرون مزايـا أحدث وسائل الإعلام الجديدة في الحكم، قـد نقـول أن "مـدون الصـدارة foreblogged" هومحـذر الصدارة أو "مُطَلِع الصدارة."

"المدونون بالبيجامة"

رغم إن الجميع لم يؤيـدوا أثـر المـدونات السـياسي؛ فـإن جوناثـان كلايـن، المـدير التنفيـذي السابق لشبكة سي بي إس CBS نيوز، دافع في سبتمبر 2004 خلال جزء من برنامج 60 دقيقـة لـدان راذر عن عدم تأدية جورج دبليو بوش للخدمة العسكرية الوطنية خـلال حـرب فيتنـام، مـن خـلال التعليق على شبكة فوكس نيوز قائلا إن "لا يمكن ألا يكون لديك تناقضا صارخا بين طبقات متعـددة من الضوابط والتوازنات [في 60 دقيقة] وبين رجل يجلس في غرفة معيشته بالبيجامة يكتب". وكـان كلاين، الـذي سيصـبح قريبـا الـرئيس المعـين لشـبكة سي إن إن CNN الأمريكيـة، يهـاجم المـدونين المحافظين الذين كانوا يهاجمون راذر وشـبكة CBS، ورغـم إننـي فكـرت آنـذاك إن محطـة CBS و راذر كانوا محقين في تحليل تلك القصة (راجـع ليفينسـون، "مقابلـة مـع جـو سـكاربورو حـول دان راذر"، عـام 2005، و ليفنسـون، "جيـد لـدان راذر"، 2007)، وبـالطبع لم أتفـق مـع "تحليـل" كلايـن القصير عن المـدونات، ولا مـع ثقتـه في "الطبقـات المتعـددة مـن الضـوابط والتوازنـات" في صـحافة الإعلام الجماهيري. وانفضـحت بالفعـل تقـارير جيسـون بلـير الوهميـة و المسروقـة التـي اسـتمرت لصالح صحيفة نيويورك تايمز عدة سنوات. و نظرا لقـوة وإمكانيـة وصـول الإنترنـت حتـى وقتـذاك، والطريقة التي قد تصبح بها جميع أنواع المعلومات متاحة بكل أنواع الطرق غير المتوقعة، أدهشني إن البيجامة وغرفة المعيشة لم يكونا عائقا يحول دون ملاحقة ونشر الحقيقة.

هذة هـي الحالة بوضـوح أكـثر اليـوم، في العـالم الـذي تقـدم فيـه تغريـدات الأشخاص من جميع مستويات الكفاءة المهنية من الأماكن الخاصة والعامـة تـدفقا مستمرا للأخبار. ولكن تشبيه "المدونون بالبيجامـة" مسـتمر، لـيس فقـط كتعليـق

جريء مُبَرَر في تصريح كلاين في عـام 2004 وأي مـؤمن بوسـائل الإعـلام القديمـة لا يـزال بيننـا -وفي أسماء أماكن إخبارية ناجحة على الانترنت (عـلى سـبيل المثـال، بيجامـة الإعـلام Pajamas Media) والمدونات المسـتقلة المقـرؤة جيـداً مثـل بيجامـة المثقـف The Pajama Pundit - ولكـن أيضـا في تفكير المحافظين مثل سارة بالين Sarah Palin، المرشح الجمهوري الفاشل لمنصب نائـب الـرئيس في عام 2008.

قالت سارة بالين بعد وقت قصير مـن خسـارتها الانتخابـات، لجريتـا فـان ساسـترين Greta Van Susteren على شبكة فوكس نيوز إن كثير من القصص الإعلامية السـلبية عنهـا كانـت بسـبب اعتمادها على "بعض المدونين"، الذين غالبا ما يجلسون في بدروم بيت العائلة بالبيجامـة، ويـدونون نوعا من القيل والقال، أو الكذب" (بالين، 2008). لم تقلل بالين فحسب من شأن المدونين بالبيجامـة من اعتباره طفلا بدلا من رجل، ويجلس في البدروم بدلا من غرفة المعيشة؛ ولكن أيضا حولت تركيز اهتمامها لاحقاً من البيجامة وبدروم بيـت العائلـة إلى مجهوليـة الهويـة في المـدونات، سـائلة جـون زيجلر في فيلمه الوثائقي عن الممارسات الإعلامية الخاطئة والموجود على موقع يوتيـوب منـذ ينـاير 2009 بقولها "متى بدأنا قبول المدونين كمصادر أخبار جادة لاسيما المدونيين مجهـولي الهويـة؟ إنهـا حالة محزنة في عالم الإعلام اليوم- لاسيما في وسائل الإعلام السائدة، إذا كانت ستعتمد على المـدونين المجهولين للحصول على معلومات أخبارها الجادة. مخيف جدا." (راجع أيضا كورتز، 2009).

في دفاع كلاين الطفيف، في عام 2004، كانت أحدث وسائل الإعـلام الجديـدة أحـدث بكثـير مما هي عليه الآن. لم تكـن مواقـع هـافينجتون بوسـت، ويوتيـوب، وتـويتر لهـا وجـود، وكـان عمـر الفيسبوك بضعة أشهر. وبالتالي كان هجوم بالين في عام 2008 لا مبرر له أكثر من دفاع كلاين.

ولكن مع ذلك تشارك العديد من العاملين في وسائل الإعلام القديمة ازدراء بالين لأحـدث وسـائل الإعلام الجديدة. أو كما قال "جون كونور"، الشخصية الرئيسية في المسلسل الدرامي المـذاع عـلى محطـة فـوكس؛ المـدمر: سـجلات سـارا كونـوروز Terminator: The Sarah Connor Chronicles، يقـول بسخرية في الحلقـة الثالثـة عشر مـن الموسـم الثـاني لعـام 2008:" نعلـم جميعـا كيـف يبـدو المـدونون

الموثوق فيهم." هؤلاء المدونون المذكورين على الإطلاق في مسلسل تلفزيوني عن الشخصيات الخيالية هو مؤشر على مدى الأهمية التي أصبحت عليها المدونات في حياتنا وثقافتنا. ولكن حقيقة إن أُستشهد بهم بازدراء تبين إلى أي درجة كان ولا يزال الكثيرون في عالمنا الحقيقي لا يثقون بهم.

ليس مصادفةً، إن انتقاد الفيسبوك في الحلقة العاشرة من نفس موسم سجلات سارا كونوروز (2008)، قبل بضعة أسابيع، عندما انتقدت "رايلي" صديقة جون، عائلتها بالتبني ونسيانهم المخاطر الحقيقية التي تنتظرهم مع ملاحظة إن كل ما يهمهم هو النظر في "صفحاتهم على الفيسبوك." وفي الوقت نفسه، وتكراراً في العرض الأول للموسم الخامس من مسلسل الأعشاب Weeds على شبكة شوتايم في عام 2009، لاحظت "سيليا هودس" إن حساب الفيسبوك "سيكون مضيعة للوقت. واعتذرت "مارجيني هيفمان" في الحلقة السادسة من الموسم الثالث لمسلسل الحب الكبير Big Love الذي انتجته شركة HBO في عام 2009 إن بعض المعلومات التي حصلت عليها عن الرائد مورمون "قد لا تكون صحيحة- حصلتُ عليه من ويكيبيديا".

في تحمل هذا الازدراء بين بعض السياسيين وبين الذين يكتبون الأعمال الإبداعية لوسائل الإعلام القديمة، تواصل أحدث وسائل الإعلام الجديدة تقليد يؤثر سلبا بطريقة أو أخرى على ظهور العديد من وسائل الإعلام الوليدة في وقتها، بما في ذلك التلغراف، والصور المتحركة والتلفزيون. فمثلا أخرت لندن تايمز طباعة الأخبار التي تلقتها حول اغتيال ابراهام لينكولن، لأنها مُستقبَلَة بالتلغراف. واعتبرت الصور المتحركة "مدرسة ابتدائية للمجرمين" في أوائل القرن العشرين (هكذا كتب ماكيفر، 1910). وإلقاء اللوم أولا على التلفزيون، وفي الآونة الأخيرة، وعلى ألعاب الفيديو بسبب انتشار العنف في العالم الحقيقي، دون أي أساس من دليل موثوق به، أو في أحسن الأحوال بسبب سوء فهم الارتباط (أ وب يحدثان معا) والسببية (أ يتسبب في حدوث ب) من أجل القياس الصحيح، وإلقاء اللوم على التلفزيون أيضاً في زيادة الأمية، رغم إن المسح الذي أُجري في عام 1978، في نفس البلدة في ولاية انديانا في عام 1944، لم يظهر أي زيادة في معدل الأمية على الإطلاق، كما ارتفعت مبيعات

الكتب عبر خمسين عاما ماضية 50 من التلفزيون. (راجع ليفنسون، 1997، لمزيد من التفاصيل عن الاستقبال الأولي المتشكك للتلغراف والصور المتحركة، واستمرار الهجوم على التلفزيون، وحالة مبيعات الكتب في القرن العشرين؛ مايروف Maeroff، 1979، لدراسة الأمية في انديانا، وليفنسون، 2006، لارتباك العلاقة الارتباطية مع السببية في محاولة الربط "بالدليل" بين ألعاب الفيديو العنيفة والعنف في العالم الحقيقي.)

تم استبدال التلغراف في القرن العشرين بالهاتف، ثم بالفاكس والبريد الإلكتروني في نهاية المطاف. ولكن الصور المتحركة والتلفزيون فظلا على نفس الحال، رغم إن الشاشات التي تعرض الأفلام و البرامج التلفزيونية عليها أصبحت موجودة باضطراد على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، وهي نفس الشاشات المعروض عليها المدونات.

و هناك في وسائل الإعلام القديمة مَنْ يرون إن التدوين ليس مرعباً بعبع ولا سحرا؛ إنما يخضع لنفس الأحداث التي هددت بتقويض سائل الإعلام القديمة والجديدة، وجميع أفراد المجتمع. أو كما قال نيل يونج Neil Young في أغنيته "شوكة في الطريق" في عام 2009، في جزء منها عن الأزمة الاقتصادية: "استمر في التدوين، حتى تنته قوتك، وتموت بطاريتك، وتلتوي وتصرخ".

لا تستطيع المدونات في حد ذاتها أن تعالج ما يعانيه مجتمعنا (ولا يستطيع الاتصال)، لا تستطيع المدونات بالتأكيد حل الأزمات الاقتصادية، أو تحقيق السلام في العالم. لكنها أفضل من بديل قول لا شيء، وتذهب أبعد كثيرا من قول كلمة للشخص الذي بجانبك أو الاعتماد كليا على المراسلين والمعلقين المهنيين للتحدث بدلا منك.

مزيد من التوترات بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة والأشكال الأقدم

كما رأينا وسنرى في هذا الكتاب، نادرا ما تعيش وسائل الإعلام في وئام فقط. في الواقع، تعاونت وسائل الإعلام عبر التاريخ وتنافست على اهتمامنا، ورعايتنا في صراع من أجل البقاء كما كان سيعرِّفه تشارلز داروين. والفرق الوحيد هو إنه في التطور الدارويني لوسائل الإعلام ، فإننا كبشر نلعب دور الانتقاء الطبيعي، أو نقرر

أي وسائل الإعلام تبقى على قيد الحياة (ليفنسون، 1979).

وبالتالي فإن المنافسة بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة والقديمة ليس مفاجأة، وتلعب دوراً في ازدراء الأشخاص وسوء فهمهم لأحدث وسائل الإعلام الجديدة الذين يعملون في أنواع وسائل الإعلام الأقدم، ومن خلالها، كما رأينا في القسم السابق. يمكننا العثور على مثال واضح آخر في مواقف المدونات التليفزيونية الرسمية- لوحات رسائل أنشأتها الشبكات التلفزيونية للنقاش، أي ترويج عروضهم –من نشر تعليقات مع روابط في المدونات الأخرى. خلال السنوات الماضية، كترويج لمدونتي وكتجربة لطيفة على حد سواء، كنت أنشر تعليقات على مدونات وصفحات المسلسلات التليفزيونية على شبكات فوكس Fox، NBC، CBS، ABC، AMC، TNT، HBO. وكل تلك التعليقات وقعتها وضمنتها روابط لمقالاتي النقدية عن نفس هذه المسلسلات والعروض التلفزيونية على مدونتي (تراجع لانهائي).

أزال مشرفي بعض من هذه المواقع تعليقاتي أحياناً أو حركوها، فمثلا أزالت مشرفة مدونة مسلسل شبكة فوكس (سجلات سارا كونوروز) حسابي –أي حظرتني من المدونة تماما، واعتبارا من أول يناير 2012 أُغلقت كافة مدونات شبكة فوكس الرسمية مع الإشعار التالي "مجتمع FOX.com تحت الإنشاء حاليا"، ولكن لسنوات عديدة أكدت مواقع تلفزيون فوكس إن "الروابط الوحيدة المسموح بها هي تلك المقالات عن المسلسلات، وفريق العمل، وما إلى ذلك، في وسائل الإعلام الرئيسية، أو المواقع الرسمية لأعضاء فريق العمل. أما الروابط لمواقع المعجبين، والمواقع الشخصية، والمنافسة، وغيرها غير مسموح بها".

من حيث التوترات بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة والقديمة التي تتبعناها، قد نقول بدقة أكثر إن السياسة السابقة تعني ما يلي: "إن الوصلات الوحيدة المسموح بها على موقعنا الإعلامي الجديد، عن الوسيلة القديمة المتمثلة في التلفزيون التي نروجها، هي وصلات إلى وسائل إعلام جديدة أخرى أو مواقع رسمية مثل تلك الموجودة في وسائل الإعلام القديمة الرئيسية، أو المواقع المهنية الرسمية حول المسلسلات والعروض، وفريق العمل، وغيرها. أما الوصلات إلى مواقع أحدث وسائل الإعلام الجديدة؛ من مواقع المعجبين، والمواقع الشخصية ، والمنافسة ، وما إلى

ذلك، فغير مسموحة".

يوضح مئات الملايين من مستخدمي أحدث وسائل الإعلام الجديدة إن وسائل الإعلام هذه هي بالفعل جزء من "السائد"، ولكن حتى لو كانت هذه الأرقام أقل؛ فإن انعكاس اللحظة يبين مدى تدمير قيود شبكة فوكس لهدف مدونات فوكس نفسها، التي من المفترض إنها لترويج البرامج التلفزيونية. ورغم إن الروابط لمدونات "غير رسمية" في التعليقات المنشورة على المدونة الرسمية قد تجذب القراء بالطبع من المدونات الرسمية إلى غير الرسمية، فإن قراء المدونات غير الرسمية لا يزالون يقرأون النقاشات حول البرنامج التلفزيوني موضوع المدونة الرسمية.

توضح عبارة "المواقع المنافسة" لاسيما في البيان الأصلي للقواعد مدى لا منطقية و تناقض هذه السياسة. فما هو "الموقع المنافس"؟ أليس أي موقع ينشر مدونات وتقييمات لنفس المسلسل التلفزيوني هو موقع ليس في منافسة مع ولكنه يدعم نفس هدف الموقع الرسمي؟ قد يكون لموقع مدونة ليس تابعاً لأي مسلسل تليفزيوني -مثل بدي تي BuddyTV- وجهة نظر منطقية في منع الوصلات لمواقع أخرى، لأن ما قد تريده هذه المواقع ليس بالضرورة زيادة مشاهدين أي برنامج تلفزيوني، وإنما زيادة قراء موقعها. لذا قد تتأثر مواقع الملخصات والتقييمات التليفزيونية سلباً بالشبكات الرئيسية -مثل TV.com CBS وTelevision Without Pity NBC-على الأقل حتى الآن كروابط لتقييمات عن المسلسل التلفزيوني على الشبكات الأخرى. ومازلت لا أتفق مع هذه الاستراتيجية -لأنني أعتقد إن كثرة الروابط تثير كل التساؤلات في عالم التدوين، أو كل المدونات - ولكنني يمكنني رؤية منطقها على الأقل. (من الثلاث مدونات المذكورة، فإن مدونة Television Without Pity فقط -وربما تتناسب مع اسمها[ويعني تليفزيون بلا شفقة]- لديها تقليد لإزالة الروابط بحماس وحظر الكُتاب من نشرها).

ربما لا يقرأ مشرفو المدونات الرسمية أي منشورات مدونة مع روابط لمواقع أخرى في الواقع، ولا ينقرون على الروابط الخارجية المنشورة في المدونات الرسمية، ونتيجة لذلك يفترضون إن الروابط الخارجية ليست أكثر من بريد مزعج، غير متصلة بالبرنامج التلفزيوني. ولكن، في تلك الحالة، لا يزال اللوم موجهاً إلى طريقة

وسائل الإعلام القديمة في اتخاذ القرارات من أعلى إلى أسفل بشأن ما الذي يُنشر بدلا من إتاحة الفرصة إلى جميع القراء كي يصبحوا كتابا وناشرين.

بالنسبة للبرامج التلفزيونية الناجحة نجاحاً باهراً، فإن إجراءات التدمير الذاتي – أو التطعيمات ضد مزايا التسويق والترويج الفيروسي –من المرجح ألا تؤثر سلباً كثيرا على شعبية البرامج. ولكن ونحن نتحرك في عالم يتوقع باضطراد مشاركة غير مقيدة من المشاهدين –إحدى السمات المميزة لأحدث وسائل الإعلام الجديدة- فإن الفرق بين برنامج يكسب جمهور فعال وبين برنامج آخر على النقيض ربما يكمن في كيف جردت لوحات النقاش على الانترنت نفسها من عادات وسائل الإعلام القديمة تماماً. (قد يكون من الجدير بالذكر، في هذا السياق، إن مسلسل سجلات سارا كونوروز لم تجدده فوكس لموسم ثالث).

يتجلى سوء فهم الأشكال القديمة لأحدث وسائل الإعلام الجديدة بطرق أخرى. مثلا مسلسل (مثل رجال مجانينAs Mad Men)، الذي انتجه تليفزيون AMC عن مديري إعلانات أوائل الستينات، اكتسب شعبية وشهرة في الجزء الأول من عام 2008، ثم بدأت شخصيات تحمل أسماء أبطال المسلسل في التغريد على تويتر مثل "دون درابرDon Draper"، "بيجي أولسون Peggy Olson". كما استضاف ماي سبيس لسنوات حسابات مستخدمين بأسماء شخصيات بدءا من سقراط إلى جاك باور (بطل تلفزيون فوكس). وهذا شكل من أشكال لعب الأدوار، مثل أسماء تويتر، التي يستمتع بها الناس، وبالتالي تساعد على تعزيز هذا البرنامج. لكن لم ير مسلسل (رجال مجانين) الأمر على هذا النحو في البداية، ورفع دعوى انتهاك حقوق ملكية فكرية أجبرت تويتر على إغلاق الحسابات الموجودة بأسماء أبطال المسلسل، ولكن لحسن حظ جميع الأطراف، كان لدى وكالة إعلانات تليفزيون AMC المنتج للمسلسل دراية أكثر عن أحدث وسائل الإعلام الجديدة، وتراجعت عن الدعاوى ضد تويتر (تيرديمانTerdiman، 2008). الآن حساب شخصية دون (لديها على تويتر 16 ألف متابع)، و بيجي (21 ألف متابع)، والقافلة تغرد على تويتر بسعادة، اعتبارا من أول يناير 2012 على الأقل، كما فاز المسلسل بالعديد من جوائز إيمي.

ولقد تورطت وكالة أسوشيتد برس AP مع المدونين في نوع مختلف من الصراع على حقوق الملكية الفكرية، حيث تقاضي الأسوشيتدبرس بانتظام المدونين الذين يقتبسون أجزاء كبيرة من موادها دون الإذن والدفع. (الأسوشيتدبرس -التي كما رأيناها في قسم "احتلوا وول ستريت" انضمت إلى صحيفة نيويورك تايمز ووسائل الإعلام التقليدية الأخرى في الاحتجاج على سوء معاملة شرطة نيويورك للصحافة- هي وكالة أنباء أو خدمة سلكية مثل رويترز تبيع التقارير الإخبارية والقصص في الصحف ومحطات البث، ولها جذور تعود إلى عام 1846 وظهور التلغراف وهي الخدمة الإخبارية الدولية الباقية الوحيدة التي مقرها في الولايات المتحدة)، ورد المدونون بالتهديد بمقاطعة الوكالة (إليس Ellis، 2008). حتى الآن، لم يقض أي من الطرفين على الآخر، ولكن لا تزال المعركة مستمرة بمقاضاة الأسوشيتدبرس موقع تجميع إخباري على الإنترنت تديره شركة Meltwater، لانتهاك حقوق الطبع والنشر في عام 2012، على أساس أن شركة Meltwater تدفع رسوما للحصول على خدماتها (إليس Ellis، 2012). تستمر حقوق التأليف والنشر في كونها الخلاف الرئيسي بين وسائل الإعلام القديمة والأحدث، كما رأينا في الفصل الثالث أيضاً فيما يتعلق يوتيوب.

ولكن سيكون من الخطأ أيضا استنتاج إن وسائل الإعلام القديمة والممارسين فيها ليس لديهم قيمة يعلمونها أو ينقلونها إلى أحدث وسائل الإعلام الجديدة. وننتقل الآن إلى الخطوط العريضة، والتحقيقات الصحفية، التي تمثل الطرف المقابل من الطيف الصحفي لكتابة الرأي والتعليق التي تشكل الدعامة الأساسية للتدوين حتى الآن.

الحاجة لتقارير التغطية الإعلامية القديمة في عصر صحافة وسائل الإعلام الجديدة

لاحظ مارشال ماكلوهان بذكاء في عام 1977 إن "زيروكس جعلت من الجميع ناشرين" - ولكن، مثل إدراكه في عام 1962 إن وسائل الإعلام الإلكترونية حولت العالم إلى "قرية عالمية"، كانت ملاحظته حول آلة زيروكس أكثر قدرة على التنبؤ، استنادا على اتجاه قوي لاحظه، من وصف كيف كانت وسائل الإعلام والعالم في ذلك اليوم فعلا.

سوف يستغرق الأمر وقتا لصعود أحدث وسائل الإعلام الجديدة بشكل عام، والمشاركين المتفاعلين دوليا الذين صنعتهم، من أجل القرية العالمية لكي يتم إدراكها تماماً (راجع الربيع العربي في الفصل العاشر، وكتابي ماكلوهان الرقمي، 1999). بالنسبة لقرية الستينات العالمية فلم تكن عالمية (كان التلفزيون وسيلة وطنية) ولا تفاعلية مثل سكان قرية (مشاهدي التلفزيون في جميع أنحاء البلد لا يمكنهم التحدث مع بعضهم البعض، إلا في مجموعات صغيرة جدا).

كما صنعت ماكينات التصوير ناشرين، فإن تقريبا كل ناتج مثل هذة الماكينات، وحتى اليوم، هو أعداد صغيرة جدا من القراء. ذلك النوع المحدود من النشر سوف يتم تجاوزه في النهاية -وبطريقة تنافس طرق نشر الصحف والمجلات القديمة –من خلال ظهور المدونات فقط كما رأينا في هذا الفصل.

وماذا عن عجلة الصحافة القديمة -صحيفة نيويورك تايمز، واشنطن بوست، وول ستريت جورنال، وغيرها من الصحافة الورقية؟ انخفضت أعداد التوزيع، وعدد الصحف المختلفة، وحجم عمليات الصحف التي نجت (بيريز بينا Perez-Pena، 2008). استمر انخفاض توزيع صحيفة نيويورك تايمز في عام 2010-11، رغم إنه لا يزال قريباً من المليون. كان على هذه الوسائل القديمة الهجرة إلى الويب إلى حد ما. يحصل موقع نيويورك تايمز على 30 مليون زائر يومياً –وهو معظم عدد زوار أي صحيفة على الإنترنت، وضعف زوار هفينجتون بوست- كما حققت نجاحا ماليا من خلال جدار الدفع (فرض رسوم على المحتوى عبر الإنترنت) إلى جانب الانتقادات الشديدة (راجع ليفنسون، 2011 ؛ وشيتوم Chittum، 2011). راجع "موت وسائل الإعلام"، 2009، على تويتر تقارير عن تخفيض عدد العمالة، وتسريحها، وإغلاق عدد من وسائل الإعلام القديمة كل ساعة أو أكثر تواتراً .

ولكن أيا كان المصير النهائي للصحافة الورقية، لا يزال هناك، حتى اليوم في أبريل 2012، مورداً حاسماً في وسائل الإعلام القديمة لم تحاول وسائل الإعلام الجديدة مثل ديلي كوس، وهفينجتون بوست، وبوليتيكو، إعادة الاستفادة منه لنفسها بالكامل بعد، ولهذا عليها مواصلة البحث من خلال وسائل الإعلام القديمة. كما أشار جيف جارفيس في مقابلة لصحيفة NPR في عام 2008 حول "كيف

سيكون حال التحقيقات الاستقصائية في حقبة تسريح العمالة وتخفيض ميزانيات غرف الأخبار؟": "يعتمد المدونون على الموارد التي وضعتها وسائل الإعلام السائدة في هذا...لا يزال العمل كله في ورطة والصحافة الاستقصائية في خطر..." ولكن فوز ديفيد وود بجائزة بوليتزر في عام 2012 عن موضوعه في هفينجتون بوست عن جرحى قدامى المحاربين كان خطوة كبيرة واعدة في الاتجاه الصحيح، كما علقت ايمي شوزيك(Amy Chozick 2012)في صحيفة نيويورك تايمز، التي فازت بجائزتي بوليتزر في عام 2012، "تعكس جائزتي بوليتيكو وهفينجتون القوة الناشئة لصحافة الإنترنت لأنها تتنافس مع الصحف القديمة" (كانت جائزة بوليتزر لبوليتيكو على كاريكاتير).

من المفارقات، حققت كوس اليومية وغيرها من مدونات أحدث وسائل الإعلام الجديدة أول بروز كوسيلة صحافة مهمة في أعقاب فشل صحفيي وسائل الإعلام القديمة في كتابة تقارير عن عدم وجود أسلحة دمار شامل في العراق، وبشكل عام في توجيه الانتقاد الكافي في التقارير عن الحشد لتلك الحرب. (بدأت صحيفة ديلي كوس في عام 2002؛ وهفينجتون بوست في عام 2005). يمكننا القول، بسخرية، إن أحدث وسائل الإعلام الجديدة كانت ستحسن صنعا إذا ما أعدت صحفييها الميدانين، الذين لم يكن بإمكانهم التصرف أسوأ من مهنيي وسائل الإعلام القديمة في مسألة حاسمة مثل الذهاب إلى الحرب (راجع رايلي في هانتر Reilly in Hunter، 2009، لنقطة مشابهة) . قد يكون هذا كله حسنا و جيداً، ولكن نظرا إلى أن أحدث وسائل الإعلام الجديدة قد لا يكون لديها فرق التحقيق الاستقصائية واسعة النطاق الخاصة بها بالكامل في المكان، فمن أين تأتي الصحافة الاستقصائية، إذا ما توقفت وسائل الإعلام القديمة عن التواجد؟

صحافة المواطن، كما هو مبين في جزء "احتلوا وول ستريت"، هي جزء من الجواب، ولكن الخبر السار من تاريخ وتطور وسائل الإعلام هو أن وسائل الإعلام الجديدة نادرا ما تحل محل أسلافها تماما. كل نقش هيروغليفي أو فيلم صامت لم يستمر حتى المستقبل -لأنه لم يستطع البقاء في المنافسة مع الكتابة الأبجدية في حالة الهيروغليفية أو الأفلام الناطقة في حالة الأفلام الصامتة- مئات الوسائل

الإعلامية، كبيرها وصغيرها، اتخذت طريق الراديو (الذي نجا من ظهور التلفزيون بوضوح) والتصوير الفوتوغرافي (الذي نجا بسهولة من ظهور الصور المتحركة).

الأكثر أهمية، كما ألمحت سابقا عندما قلت إن الناس هي من تقرر وسيلة الإعلام الباقية – وأوضحت في كتبي الإعادة البشرية: نظرية تطور وسائل الاعلام Human Replay: A Theory of the Evolution of Media 1979) والحافة الناعمة: التاريخ الطبيعي والمستقبل من ثورة المعلومات The Soft Edge: A Natural History and Future of the Information Revolution 1997) -إن وسائل الإعلام تظل حية مادامت تلبي حاجة فريدة في التواصل الإنساني. بقيت الإذاعة في عصر التلفزيون لأنها تلبي حاجتنا للاستماع في بعض الأحيان إلى شيئ بينما نفعل شيئا آخرا. تخيل القيادة على الطرق السريعة اثناء مشاهدة التلفزيون؛ لو كنت سائقا، لما ذهبت بعيدا، بالإضافة إلى إن العالم يظلم كل ليلة لكنه لا يصمت أبداً، ونغلق أعيننا ولكن ليس آذاننا، مما يجعل السمع دون الرؤية – كما في الإذاعة-أمراً طبيعياً تماما ونوعاً مريحا من التواصل. في المقابل، الرؤية دون الاستماع لا وجود لها حقا في إدراكنا الطبيعي، وهو ما يوضح نهاية الأفلام الصامتة عندما ظهرت الناطقة. (راجع الفصل القادم لمعرفة المزيد عن تطور وسائل الإعلام "الانثروتروبيكAnthropotropic"، كما أسميه، نحو مزيد من التواصل الإنساني).

مازالت للكلمات المطبوعة على صفحات الجرائد مزاياها؛ إنها غير مكلفة بالمقارنة مع أي جهاز إلكتروني ورسوم بياناته، كما يمكن التخلص منها بسهولة. طالما استمرت هذه المزايا على النقيض من الكلمات على الشاشة، فسوف تبقى الجرائد كإحدى وسائل الإعلام القديمة في شكل ما، وهو ما يتمناه البعض بما فيهم عدد من صحفيي التحقيقات الاستقصائية. وعندما تتلاشى هذة الميزة، فمن المفترض وقتئذ إن معظم الصحف على الانترنت ستولد دخل ثابت كاف ما يكفي من دخل ثابت لإعداد صحفييها من المحققين الاستقصائيين.

تعايش أحدث وسائل الإعلام الجديدة والقديمة : بيض ملون لبرامج Lost و Fringe

كما أوضحنا سابقاً في هذا الكتاب، المنافسة ليست كـل شيء في العـالم الـدارويني الطبيعـي. تعيش الكائنات الحية أيضا في علاقات تبادل منفعة، كما تفعل البكتيريا التي تسـاعدنا عـلى الهضـم في جهازنا الهضمي، ونحن بالمقابل نمنحها مكانا دافئا لطيفا للعيش. يأكل النحل حبوب اللقاح، مـما يساعد النباتات على التكاثر عندما يحمل النحل بعض حبوب اللقاح من نبات إلى آخر، كما نستفيد نحن البشر أيضا، بشكل مضاعف، لأننا نحب كلا من العسل والزهور.

تستفيد وسيلة التلفزيون كوسيلة إعلامية قديمة من الدعايـة لبرامجـه مـن خـلال المـدونات باعتبارها من أحدث وسائل الإعلام الجديدة من المدونات؛ كما تستفيد المـدونات مـن التلفزيـون أو من أي وسيلة تعطي المدونين مادة للكتابة عنها، فمثلا تستفيد مدونات الأخبار من عمـل صـحفيي التحقيقات الاستقصائية في وسائل الإعلام المطبوعـة القديمـة، كـما تعتمـد وسـائل الإعـلام الإخباريـة المطبوعة والمرئية القديمة على الآراء والتحليلات التي يعرب عنهـا في المـدو0نـات وتغريـدات تـويتر. ووسائل الإعلام القديمة مثل البرامج التلفزيونية والصحف تعلن بكثافة على المـدونات، مـثلما تظهـر مدونة تلفزيـون بـلا شـفقة Television Without Pity عـلى محطـة برافـو التلفزيونيـة Bravo Television في غرف معيشتي (وكلاهما مملوكتان لمحطة إن بي سي NBC) ، وتظهر تعليقات تويتر في الجزء السفلي من البرامج الإخبارية الكابلية مثل برنـامج ديـلان راتيجـان The Dylan Ratigan Show وبرنامج إد Ed على محطة MSNBC (راجع الفصل الثالث لمعرفة المزيـد عـن التكامـل بـين تويتر/ وبرامج التلفزيون الإخبارية).

وبالتالي العلاقة التكافلية أو المحفزة للطرفين بين أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة والقديمـة حيوية ولا يمكن إنكارها. ورغم الخلافات التي يمكـن أن تحـدث في طريـق التعـاون -مـثلما يحـدث عندما تمنع مدونة رسمية لفيلم أو برنامج تليفزيوني وضع روابط لموضـوعات مـن مـدونات أخـرى- فإن هناك حالات يعمل فيهـا التلفزيـون متعمـدا مـع أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة في برامجـه وترويجه.

لعبة "سكندلايف Second Life" الافتراضية – التي يتجسد فيها المستخدمين في شخصيات جرافيكية- برزت في حلقة من مسلسل تلفزيوني أمريكي في عام 2007، CSI، والتي فيها أحد شخصيات المسلسل تتابع التحقيق في قضية على سكند لايف وتدخله كشخصية جرافيكية (رايلي Riley،2007، وراجع الفصل الثامن من هذا الكتاب لمعرفة المزيد عن سكندلايف). بينما حاول برنامج (المفقود Lost) شيئا أكثر طموحا، وأنشأ موقعا حقيقيا على شبكة الانترنت لـ "الخطوط الجوية للمحيطات" -الخطوط الجوية الوهمية التي حلقت رحلتها المفقودة في بداية البرنامج- يمكن من خلاله للمستخدمين البحث عن رحلات "إضافية"، وتقدم عدة برامج مؤخرا مثل المفقود، وجي ابرامز J. J. Abrams’، وفرينج Fringe ، من خلال مواقعها على شبكة الإنترنت "بيضا ملونا" أو مفاتيح وتلميحات يمكن المستخدمين من خلالها اكتساب معرفة خاصة عن القصص الجارية على التليفزيون.

كما قال جيف بينكر Jeff Pinkner المنتج التنفيذي لبرنامج فرينج لـميكي أوكونور في مقابلة على الانترنت (2008)، "هناك العديد من البيض الملون، والعديد منه لم يكتشفه أي شخص –سواء في البرنامج أو على شبكة الإنترنت، وهناك مفاتيح في كل حلقة تخبرك عما ستكون الحلقة القادمة".

وبالتالي برنامجي المفقود Lost وفرينج Fringe يغذيان عمدا الإنترنت بقرائن وتلميحات لتعزيز متعة المشاهدين بالبرنامج للعرض، وليس فقط من خلال منحهم معلومات قيمة ولكن أيضا من خلال جعل المشاهدين أكثر من مجرد مشاهدين وإنما باحثين ومشاركين، بل وأكثر كثيراً من مشاركين ناشطين في الخيال الحادث في البرنامج. ولإكمال الدورة، بعض من هؤلاء المشاهدين الذين تحولوا إلى الباحثين كانوا مُلهَمين لدرجة إنهم كتبوا تدوينات عن البرنامج. و تستمر الدورة في الفصول الجامعية الدراسية، فقدمت سارة كلارك ستيوارت في فصل الربيع الدراسي عام 2009 مادة دراسية بعنوان "السرد اللانهائي: التناص، ووسائل الإعلام الجديدة والمجتمعات الرقمية في برنامج المفقود" في جامعة شمال فلوريدا ، واستخدمت المدونات عن برنامج المفقود على سبيل المثال (راجع ستيوارت

Stuart، 2009 ؛ آسن Aasen، 2009) .

ولكن تتجاوز سمات أحدث وسائل الإعلام الجديدة التكافلية علاقتها بوسائل الإعلام الأقـدم، سواء المتصلة أو غير المتصلة بالانترنت. سوف نرى في الفصل التالي كيف أقامت وسـيلة مـن أحـدث وسائل الإعلام الجديدة علاقة مع العالم الحقيقي نفسه –مـع المطـاعم، و نـواصي الشـوارع، وجميـع أنواع الأماكن –على عكس احتمالات تجهيل الهوية والسـمات الرئيسـية الأخـرى التـي اكشـفناها في هذا الفصل عن أقدم أحدث وسائل الإعلام الجديدة، وهي المدونات .

الفصل السابع

فورسكوير Foursquare والأجهزة

كنت في بيلا لونا، أحد المطاعم الإيطالية المفضلة لدي في مدينة نيويورك، في حوالي الساعة التاسعة صباحا في سبتمبر عام 2011 مع جوش ميرويتز Josh Meyrowitz ، وهو صديق قديم، زميل طالب في برنامج دكتوراه إعلام البيئة في جامعة نيويورك في السبعينات، ومؤلف كتاب لا معنى للمكان (1986). وكان جوش، الذي يدرس في جامعة نيو هامبشير، في المدينة لحضور مؤتمر عن مارشال ماكلوهان في جامعة فوردهام، حيث كان كلانا سيلقي كلمة في المؤتمر في اليوم التالي. عندما أنهينا عشاءنا سجلت الدخول في المكان الذي نتناول فيه عشاءنا على موقع فورسكوير، وفحص الموقع مكان تواجدي الفيزيائي في تلك اللحظة ، وانتقل الإشعار على الفور تلقائياً إلى تويتر، وبدوره، إلى فيسبوك، ولينكيدإن LinkedIn ، وجميع المواقع التي تحصل على تغذية مرتجعة من تويتر.

بعد عدة ساعات، وصلتني رسالة بالبريد الالكتروني من سام فليشمان Sam Fleishman، الذي كان في نفس برنامج الدكتوراه معي وجوش "بول: أنا، أيضا، كنت أتناول وجبة العشاء في بيلا لونا يوم الجمعة في حوالي السابعة مساء، سلامي لجوش. سام"، لقد رأى تسجيلي الدخول على فورسكوير عبر موقع لينكيد إن LinkedIn-أحد أحدث وسائل الإعلام الجديدة، الذي أطلق في عام 2003، ومخصص لتبادل السير الذاتية ولديه أكثر من 135 مليون مستخدم اعتبارا من نوفمبر 2011 – الذي كان كلانا "متصل" من خلاله. لم أكن رأيت سام منذ السبعينات، وكنا على وشك تضييع فرصة اللقاء تلك الليلة. ولكن فورسكوير كاد أن يجعل ذلك ممكنا. بوضع الأماكن المادية بسهولة جدا على الإنترنت، تغير أساس المكان وأثره إلى الأبد- أينما يتصادف وجودنا واتصاله بكل شخص عرفناه من قبل

في حياتنا، وبأشخاص آخرين لا نعرفهم، اعتمادا على إلى أي مدى نسمح بنشر تسجيلات دخولنا.

فورسكوير والأي فون foursquare and iPhone

افتتح فورسكوير متجراً في مارس 2009، وهو من إنشاء دينيس كراولي Dennis Crowley ونافين سلفادور Naveen Selvadura. وكان كراولي سبق أن وضع تمهيدا لفورسكوير- موقع دودجبل Dodgeball – كمشروع أطروحة الماجستير في جامعة نيويورك، جامعتي الأم التي حصلت منها على درجتي الماجستير والدكتوراه. وهي ملاحظة للطلاب في جميع البرامج الدراسية: خذوا المشاريع النهائية على محمل الجد، فأنتم لا تعرفون أبدا ما قد يولد.

في حالة فورسكوير، الذي أصبح أحدث وسيلة إعلام جديدة بالنسبة إلى 15 مليون مستخدم بحلول يناير 2012، فهو سمكة صغيرة نسبيا، بالمقارنة بفيسبوك وتويتر، ولكن فورسكوير فريد من نوعه في عالم أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ويشير إلى طريق مستقبل.

وهنا التفسير: لم يكن ممكناً ظهور فورسكوير قبل أي فون في عام 2007، فلا يمكن أن يعمل فورسكوير إلا على الهواتف الذكية، والكومبيوتر اللوحي (تابلت tablet) أو غيرها من الأجهزة المحمولة في اليد حقا، فلا يمكنك استخدام فورسكوير على جهاز الكمبيوتر المحمول laptop، دون التطبيقات الخاصة التي تتطلب إضافة تحديد المواقع الجغرافية عالمياً GPS –وهي معتادة للهواتف الذكية والكومبيوتر اللوحي. وبالتالي يصبح فورسكوير أول وسيلة إعلام أو اتصال اجتماعي جديدة مخصصة إلى الهواتف الذكية واخواتها. لو لم يكن الأي فون تم اختراعه، أو عانى نفس المصير الفاشل لتفاحة نيوتن قبل عقد من الزمان، لما كان لدينا اليوم فورسكوير. في المقابل، تويتر وسائر أحدث وسائل الإعلام الجديدة المذكورة في الكتاب تعمل على ما يرام سواء على أجهزة الكومبيوتر المكتبي، والمحمول، واللوحي، وكذلك الهواتف الذكية.

تسجيلات الدخول والحقائق

الفعل التعريفي على فورسكوير- ما يعادل التغريدات على تـويتر- هـو "تسـجيل الـدخول"، والذي يحدث عندما يريد شخص إخبار العالم ، أو على الأقل "الأصـدقاء" عـلى فورسـكوير أيـن هـو. المثالي أو المتوقع هو إن المستخدم يكون بالفعل في المكان المحدد تسجيل الدخول إليه – المطعـم ، أو المسرح، أوالسينما، أو الشاطئ، أو الحديقة ، أو أياً ما كان. نظام تحديـد المواقـع العـالمي GPS – على هاتفك الذكي أو كمبيوترك اللوحي يتيح لـفورسكوير معرفة أين أنـت في العـالم ، ولكـن النظـام (على الأقل في بداية عام 2012) ليس دقيقا بما فيه الكفاية لمعرفة الفرق بين أن تكون في مطعـم أو تقف بالخارج أمامه. وهو ما يضيف فرصة جديدة للخداع على الإنترنت -ليست عميقة مثـل دمـى القفاز في ويكيبيديا والحسابات الخادعة عـلى وسـائل الإعـلام الاجتماعيـة الأخـرى ، ولكـن مناقضـة لهدف فورسكوير.

ادعاء "الدخول إلى" مكان لست فيه بالفعل يسمى "غشا" على فورسـكوير، ويسـلط الضـوء على جوانب تشبة اللعبـة في النظام؛المسـتخدمون في منافسـة مسـتمرة ليصـبحوا "عُمَـد" للمواقـع، استنادا إلى عدد "تسجيلات الدخول" وحداثتها. يحصل المستخدمون على إعلانـات ترحيبيـة عنـدما يصبحون عُمَداً، وبريد إلكتروني بعنوان "أخبار سـيئة" عنـدما "يسرق" مسـتخدم آخـر هـذة المكانـة منهم. ويكسبون "شارات" لمختلف المعالم التي يزورونوها، مثل عدد مـرات "تسـجيلك الـدخول" إلى مطعم البيتزا.

الألعاب على شبكة الإنترنت هي إحدى الأنشطة الرئيسـية في فيسـبوك وأمـاكن أخـرى على الانترنت. سكند لايف، وسيلة اجتماعية تحركها الشخصيات الجرافيكيـة المجسـدة، تقـدم نفسها على إنها لعبة واحدة كبيرة (راجع الفصل التالي للمزيد عن سكند لايـف). الفـرق عـلى فورسكوير هو إن اللعبة ليست فقط داخل منظومة الإنترنت، ولكنها تتشـابك مـع أيـن أنـت، وماذا تفعل في العالم الخارجي. الحياة الحقيقية ليست جزءاً من لعبـة أحـدث وسـائل الإعـلام الجديدة فحسب؛ بل هي أيضا هدف اللعبـة. عـلاوة عـلى ذلـك، فـإن النجـاح في فورسـكوير، تماما مثل "الامتيازات" على موقع Klout، يمكن أن يكون له فوائـد في الحيـاة الواقعيـة، تضـم

خصومات عندما تظهر "تسجيل دخول" لمكان (احتفظ بها على هاتفك الذكي أو كمبيوترك اللـوحي كي يراها الموظف) مثل محـلات فـروزين يـوت وهـي تشـبه خصـومات بطاقـة أمريكـان اكسـبريس الخضراء في المطاعم ومحلات السوبر ماركت، ومجموعة واسعة من المؤسسات.

الخصوصية والمكان

بالطبع بث موقعك يمكن أن يفشي خصوصيتك. ماذا لـو لم أكـن أريـد رؤيـة سـام فليشـمان عندما كنت أتناول الطعام مع جوش في بيلا لونا؟

يمكنك الاعتماد على استراتيجيات تحد من تعرضك إلى اللقاءات غـير المرغـوب فيهـا الناتجـة عن تسجيل الدخول على فورسكوير. وهي غير مذكورة على الانترنت، ولكن تصل إلى الحس السليم. أولا، إذا كنت لا تريد أي شخص آخر في العالم معرفة أين أنت، فلا تسـجل الـدخول . كـل "تسـجيل دخول" ينبغي أن يكون نتيجـة قـرار، مهـما كـان سريـع: مـا الأهـم بالنسـبة لـك في هـذه اللحظـة، "تسجيل الدخول" وإمكانياته من الحصول على العُمُودِية والشارات، أم الحفاظ على خصوصـيتك في العالم الحقيقي؟

على أية حال، كلما سجلت الدخول، فدائما ما أفعل ذلـك عنـدما أكـون عـلى وشـك مغـادرة المكان -إذا في مطعم، فإنني أسجل الدخول بعدما أدفع الحساب. هـل كـان سـام فليشـمان في بـيلا لونا عندما سجلت الدخول، ولم أكن أرغب في رؤيته، تسجيلي الدخول بعـد دفـع الحسـاب لم يكـن ليساعدني. ولكن كان يمكن أن يكون مفيداً في حالـة إذا كـان سـام في المطعـم وغـادره بالفعـل قبـل تسجيلي الدخول عند نهاية زيارتي بالفعلٍ. وهكذا تسجيل الدخول قرب مغادرتك يحـد مـن فرصـة تعرضك.

بالطبع، وراء عدم تسجيل الدخول على الإطلاق استراتيجيات ماكرة لحماية الخصوصـية، وهنـاك خيار عدم استخدام فورسكوير على الإطلاق، أو عدم استخدام الهاتف الذكي أو الكمبيوتر اللـوحي. غالبـا ما يقول الناس في كل عصر بشكل مجهول أو مشهور: لا لوسـيلة الـعصر الجديـدة –مثـل رفـض لـويس مومفـورد Lewis Mumford مشـاهدة التلفزيـون في الخمسـينات والسـتينات، وعـزوف جـور

فيدال Gore Vidal عن برامج معالجة النصوص في الثمانينات- وهو ما يؤكد على خيار الإنسان غير القابل للاختزال في تبني جميع وسائل الإعلام. ولكن، رغم ما قيل، هناك أسباب قوية في تطور وسائل الإعلام تؤدي إلى استنتاج إن استخدام الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، والمتنقلة، وبالتالي تكامل العوالم الرقمية والمادية التي تشجعها، ستزيد إلى أن تصبح الأجهزة المعتادة بالنسبة إلى معظم الناس في العالم.

حتمية وسائل الاعلام المتنقلة

كتبت في أطروحة الدكتوراه التي ترجع إلى عام 1979 (إعادة الإنسان): نظرية تطور وسائل الاعلام -وإن "التطور اللاسلكي المحمول لوسائل الإعلام لابد أن يستمر إلى حد تقديم إمكانية الوصول إلى جميع المعلومات في هذا الكوكب إلى أي فرد، من أي مكان على هذا الكوكب، في الداخل والخارج، وبطبيعة الحال، وحتى أبعد من كوكب الأرض نفسه حيث ستمتد الاتصالات إلى المجموعة الشمسية والكون بعده"(ص 275). وأضفت في الصفحة التالية إن هذا النظام "سيمنح الفرد في نهاية المطاف نفس الوصول غير المقيد إلى المعلومات عالمياً الذي تمتع فيه الفرد دائما بالوصول إلى المعلومات في البيئة المادية المباشرة."

هذه الحتمية لما سُمي في عام 2007 أي فون تدفقت من نظرية الأنثروتروبيك "anthropotropic" لتطور وسائل الإعلام التي وضعتها، وطورتها، واسميتها منذ 30 عاما ماضية إعادة الإنسان Human Replay، و ذكرتها بإيجاز في الفصل السادس. وتعني "anthro" إنسان، و"tropic" تعني نحو (مثل النباتات التي تنمو نحو الشمس فيصبح اسمها "heliotropic")، واكتشفت إن كلما تطورت وسائل الإعلام –باختراعنا وسائل إعلام متعاقبة- تصبح إنسانية الأداء باضطرد في النهاية. تغيرت مواقف التصوير الأولية الساكنة الصامتة بالأبيض والأسود والمؤطرة إلى كلا من صور ناطقة متحركة وملونة، إلى جانب الصور الملونة الثابتة التي يمكننا إرسالها واستقبالها بنفس سهولة إمكانية تحدثنا في الهاتف. الهاتف الأصلي نفسه تحديث "نحو إنساني" للتلغراف الذي يستخدم شفرة مورس- تجريد للكتابة- التي هي في حد ذاتها تجريد -أو تمثيل غير طبيعي- للكلام. مزيد من

التفاصـيل حـول نظريـة الأنثروتروبيـك "anthropotropic" في كتـاب (الحافـة الناعمـة): التـاريخ الطبيعي ومستقبل ثورة المعلومات (ليفنسون، 1997) .

بدأ أي فون تلبية حاجة الإنسان الراسـخة أن يكـون لديـه جميـع المعلومـات، في أي وقـت، وأينما يتصادف وجوده، وأياً كانت المعلومات التي يسـعى إليهـا. مثـل جميـع وسـائل الإعـلام نحـو الإنسانية، تجعل الهواتف الذكية ما كنـا نـراه بعـين الخيـال حقيقيـاً - تجلـب إلى الشاشـة الصـغيرة الموجودة في أيدينا الصحف، ومقاطع الفيديو، وصـفحات الويـب، وأصـدقاء الفيسـبوك، وتغريـدات تويتر، والتدوينات التي كنا قادرين على مجرد التفكير فيها فحسب، وتخيلهـا، حتـى نصـل المنـزل أو المكتب أو أي مكان آخر لدينا فيه جهاز كمبيوتر. ولكن تظل عبارة روليـنج سـتون Rolling Stone "لا يمكنـك دائمـا الحصـول عـلى مـا تريـد" منطبقـة عـلى الحيـاة عمومـا، ولكـن الهواتـف الذكيـة والكومبيوتر اللوحي جعلتها أقل انطباقا بالنسبة للمعلومات.

ضرورة الأجهزة

الهواتف الذكية والكومبيوتر اللوحي هي أجهزة مادية بوضـوح، وجلبهـا إلى الصـدارة نقطـة أخرى قد تكون واضحة ولكن مع ذلـك تسـتحق التوضـيح: لا يمكنـك الحصـول عـلى وسـائل إعـلام؛ قديمة، أو جديدة، أو بين بين، دون معدات أو أجهزة. الأفكار تتطلب عقـول لتفكـر فيهـا، وتوصـلها، وتحتفظ بها، كما إن المعلومات غير الواردة في العقول تتطلب أجهزة لإبداعها، وتخزينها، وتوصـيلها، وتلقيها، والاحتفاظ بها. في مجال وسائل الإعـلام القديمـة، تتطلـب الكتـب والصـحف ورق وطباعـة مطابع، كما تتطلب الإذاعة والتلفزيون أبراج البث (وأحيانا الأقـمار الصـناعية) ومعـدات الاسـتقبال أي أجهزة الراديو والتلفزيون.

المعدات والأجهزة من نوع أو آخر تلعـب أيضـا دورا حاسـما في نقطتـين مـن عمليـات أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة. الأولى، نظـام - فيسـبوك، وتـويتر، ويوتيـوب، وويكيبيـديا، وفورسـكوير- أو برمجيات لابد أن تعيش على بعض الكمبيوترات المركزية. لأن مثل هذه الأجهزة غير مرئية للمسـتخدم، الذي يرى ويسمع نظام أحدث وسائل الإعلام الجديدة فحسب، فلا حاجة ليست هناك حاجة لتوضـيح هــذه الأجهــزة الكامنــة في هــذا الكتــاب. يمكــن للقــراء المهتمــين استشــارة العديــد مــن المصــادر-

على سبيل المثال، خوادم ويكيبيديا (2012)، وجوستين سميث (2008)، لايتون وأخوته (2007)- التي تدرس "الخوادم" المعقدة التي لا تصنع أحدث وسائل الإعلام الجديدة فحسب، وإنما وسائل الإعلام القديمة والعديد من الأشياء الأخرى، مثل الأعمال المصرفية، التي تجري في عالمنا اليوم.

مع ذلك، في الطرف الآخر من الطيف، لدينا التكنولوجيا التي من خلالها يقرأ الناس، ويكتبون، ويشاهدون، ويسمعون، وينتجون أحدث وسائل الإعلام الجديدة - بكلمات أخرى، الأجهزة التي نحملها في أيدينا، أو على الأقل نعالجها بأيدينا، أو صوتنا عندما نعمل ونلعب مع أحدث وسائل الإعلام الجديدة. وأصبحت أجهزة مثل الكومبيوتر المكتبي، والكومبيوتر المحمول، أو جهاز الهاتف المحمول منخرطة في أي وقت يقرأ فيه شخص ما مدونة، أو يكتبها، أو يشاهد مقطع فيديو على يوتيوب، أو يرسل أويستقبل تغريدات.

كل الأجهزة التي كانت موجودة قبل ظهور أحدث وسائل الإعلام الجديدة ، كانت ولا تزال أجهزة وسائل الإعلام الجديدة الأقدم ؛ مثل أي تيونز، وأمازون، وصحيفة نيويورك تايمز على الانترنت. ولكن الأجهزة المحمولة -أجهزة الكمبيوتر المحمول والهواتف المحمولة- لعبت دورا هاما لا سيما في أحدث وسائل الإعلام الجديدة حتى قبل ظهور الهواتف الذكية والكومبيوتر اللوحي (راجع ليفنسون، الهاتف المحمول: قصة أكثر وسيلة جوالة في العالم، 2004، لتطور وسائل الاعلام الجوالة حتى ذلك الوقت)، وسواء كنت تراسل صديق على فيسبوك، أو تبحث عن شيء ما، أو تحرر نصاً في ويكيبيديا، أو تعلق على مقطع فيديو يوتيوب، فإن القدرة على فعل ذلك في أي وقت ومن أي مكان تختاره تنبع من الكمبيوتر المحمول والهاتف المحمول، وهي إحدى السمات الأساسية لأحدث وسائل الإعلام الجديدة.

رغم إن تقديم أول هاتف آي فون في يوليو 2007 ،عندما كانت محركات أحدث وسائل الإعلام الجديدة قطعت شوطا كبيراً بالفعل في هذا التزواج ما بين الحركة وسيطرة المستخدم ؛ فيمكننا القول إن من خلال الأي فون أصبح لدينا، للمرة الأولى، تكنولوجيا مصممة خصيصا لتمكين ليس فقط وسائل الإعلام الجديدة ولكن أحدث وسائل الإعلام الجديدة لتصبح في متناول يد المستخدم حرفيا،

وفي أي مكان يتصادف وجود المستخدم فيه.

وكان تويتر منذ بدايته في عام 2006 محمولا بشكل جوهري - القدرة على التغريد من الهواتف المحمولة والذكية كانت ولا تزال سمة مميزة لنظام تويتر. بدأت ويكيبيديا في "الذهاب إلى المحمول" في عام 2008 – أي إن "تطبيق" مجاني أصبح متاحاً على أجهزة أي فون تمكن من التصفح السريع لويكيبيديا على الإنترنت (باشا Pash،2008). وكان هذا تمهيدا لأن "تطلق ويكيبيديا رسميا نسخة للهواتف المحمولة" في نهاية عام 2008، عندما وضعت ويكيبيديا نسخة من نفسها ملائمة لأجهزة أي فون والتصفح عبر المحمول، وعرضت بلوجسبوت تطبيق "مدون أثناء التنقل Blogger on the Go" منذ عام 2005 وأصبح لجوجل تطبيق "أد سنس للمحتوى المحمول AdSense for Mobile Content" منذ عام 2007، كما أصبح لماي سبيس تطبيق للهاتف المحمول منذ عام 2006، وكذلك فيسبوك منذ عام 2007، وكان ليوتيوب تطبيق مميز منذ إطلاق جهاز أي فون في عام 2007، وكان فورسكوير نتاجاً منطقيا لكل هذا.

تحفز تطبيقات أحدث وسائل الإعلام الجديدة والأجهزة الجوالة بعضها البعض في علاقة تبادلية تحفيزية واضحة: فكلما كان التطبيق الجوال أفضل؛ كما كان الحافز لامتلاك جهاز جوال لطيف أكبر، وكلما كان الجهاز الجوال أفضل كلما تزايدت دوافع أحدث وسائل الإعلام الجديدة لتطوير تطبيقات جوالة جديدة لطيفة. ولكن على عكس أنظمة أحدث وسائل الإعلام الجديدة المجانية –مثل فيسبوك وغيرها- تكلف الأجهزة الجوالة مالا، كثيراً أحيانا، وعندما لا تكلف، فإن الجهاز الجوال قد يتطلب أموال كثيرة من أجل "خطط البيانات" أي اشتراكا في خدمة بيانات لنقل النصوص، والصور، والصوت، والفيديو إلى ، ومن، وعبر أحدث وسائل الإعلام الجديدة.

ثمن إمكانية التجوال

كان المال دائما نقطة الخلاف، والسبب الرئيسي لعبء وسائل الإعلام الإلكترونية -بالعودة إلى الإذاعة والتلفزيون والمفاضلة المالية بين وسائل الإعلام الالكترونية والمطبوعة؛ نجد إن الموسيقى والكلام الذي نسمعه في الإذاعة مجاني، والبرامج التي

نشاهدها على شاشات التلفزيون كانت مجانية، قبل ظهور تليفزيون الكابل -على عكس الصحف والكتب- ولكن لا يشمل ذلك سعر جهاز استقبال الراديو أو التلفزيون، والذي في حالة التلفزيون يتكلف أكثر بكثير من أي كتاب أو صحيفة.

واصلت أحدث وسائل الإعلام الجديدة هذا التقليد الإلكتروني، ولكن مع ظهور وسائل الاعلام الجوالة التي تفتقد ميزة الحمل على الظهر العظيمة التي تتسم بها معدات التشغيل التي يمتلكها المستخدمون، ويستخدمونها في حالة وسائل الإعلام الجديدة الأقدم مثل البريد الإلكتروني، وعندما يستخدم شخص ما الكومبيوتر المكتبي من أجل التدوين، أو الدخول إلى موقع يوتيوب، أو ويكيبيديا، أو فيسبوك، أو تويتر، فإن جميع جوانب هذه الأنشطة من أحدث وسائل الإعلام الجديدة مجانية، بما في ذلك الأجهزة، إذا كان المستخدم يمتلك جهاز كومبيوتر مكتبي بالفعل، وفي المقابل فإن الانتقال إلى التطبيقات على وسائل الاعلام الجوالة يعمل ضد هذا النقص في التكلفة ومزاياه، فلابدد من شراء الوسيلة الجوالة، كما يتطلب استخدامها اشتراكا شهريا وخطة بيانات. علاوة على إن بعض التطبيقات على وسائل الإعلام الجوالة - بما في ذلك الألعاب مثل لعبة الطيور الغاضبة الناجحة بعنف (حققت 500 مليون تنزيل وباعت 12 مليون نسخة من شركة أبل بحلول عام 2012)- ليست مجانية (لعبة الطيور الغاضبة Angry Birds قيمتها 4.95 دولار). في حالة فورسكوير، وهو مجاني تماما، ولكن إذا كنت لا تملك جهاز أي فون أو كومبيوتر لوحي بالفعل، فعليك شراء واحداً كي تسجل الدخول من مكان استراحتك المفضل.

هل أجهزة الهاتف الذكي والكومبيوتر اللوحي الغالية في مسار تصادمي مع ما يسميه بجداره المراقب منذ عدة سنوات "هذة المساحة الاستثنائية من المجانية . . . الويب" (أندرسون Anderson، 2008)؟ انخفضت مبيعات مبيعات الهواتف المحمولة العادية القديمة إلى أكثر من 12 في المئة في الربع الأخير من عام 2008 ، بينما قفزت مبيعات الهواتف الذكية بنسبة تصل إلى 70 في المائة في أمريكا الشمالية في عام 2009 (ريردون Reardon، 2009).

رغم إن بحلول نهاية عام 2011 كانت مبيعات الهواتف الذكية "بطيئة"

(الملك، 2011)، فإن مبيعات الكمبيوتر اللوحي (التي تهيمن عليها أجهـزة آي بـاد أبـل) "انفجـرت" (آرثر، 2011)، وهو ما يشير إلى إن جاذبية أحدث وسائل الإعلام الجديـدة عـبر التطبيقـات الجوالـة قوية جدا حتى إنهـا تغـذي نمـو أحـد أنـواع الأجهـزة الجوالـة أو أكـثر - سـواء الهواتـف الذكيـة أو الكومبيوتر اللوحي- على عكس تخفيض الدخل المتاح الذي رافق الركود الاقتصادي منذ عـام 2008، مما يعني بوضوح إن أمامنا المزيد من تسجيلات الدخول على فورسكوير في مستقبلنا.

إذا كان صعود الأجهزة الجوالة وأحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة التـي تمكنهـا دلـيلا عـلى الركود ، إذن فكر فيما ستفعله في أوقات الازدهار.

منفى أحدث وسائل الإعلام الجديدة للأماكن غير المجدية

كنت قبل بضع سـنوات في مصـعد كـاد أن يعلـق. توقـف لجـزء مـن الثانيـة بـين الطوابـق، وارتجف، ثم استأنف رحلتها إلى أعلى. لكنه جعلني أفكر في كيف حولت وسائل الاعلام الجوالة كـل الأماكن إلى أكثر فائدة مما كانت عليه. مصعد متوقف، سيارة عالقة في ازدحام حركـة المـرور، مقعـد في عيادة طبيب حيث تنتظر إلى ما لا نهاية كي تكشف – وجـود هـاتف ذكي أو كومبيـوتر لـوحي في يدك يجعل من كل تلك الأماكن غير المجدية سابقا مفيدة.

والنتيجة هي أننا نتمتع بتزايد حرية الـتصرف والسـيطرة عـلى حياتنـا وأنشـطتنا. الاسـتثمار الأجهزة المحمولة مع أحدث وسائل الإعلام الجديدة يعني إن لدينا مجموعة واسـعة مـن الخيـارات عندما يتصادف وجودنا في مكـان مـادي عـديم الفائـدة – قـراءة أو كتابـة مدونـة، أو الـترويج لهـا، أومشاهدة مقطع فيديو على موقع يوتيـوب، أو القـراءة أو الكتابـة عـلى ويكيبيـديا، أو تمنـى عيـد ميلاد سعيد لصديق في فيسبوك، وغيرها من الخيارات. هذه الحالات هـي في الواقـع الجانـب الآخـر من اشتراط فورسكوير جهاز جوال لتسجيل الـدخول إلى بعـض الأمـاكن التـي تريـدها، كـما يفسـح الجهاز الجوال المجال أيضاً في حالـة إنـك لا تريـد تحديـد موقعـك لـيس فقـط مـن خـلال تسـجيل الدخول على فورسكوير، إذا شئت، ولكن في أي مكان آخر على الإنترنت.

وباضطراد، أصبحنا لا نفعل شيئا عندما لا نريد أن نفعل شيئا، ولـيس عنـدما تمـلي الظـروف علينا ضياع الوقت.

الهواتف الذكية في السيارة، والحديقة ، والسرير

عندما كتبت كتاب الهواتف المحمولة (2004)، ناقشت وحللت بالتفصيل الطريقة التي يقطع بها الهاتف المحمول الحبل السري الخاص بالهاتف الثابت في بيوتنا وأماكن عملنا، سامحا لنا بالتجول في العالم الخارجي، سيرا على الأقدام أو في السيارات، والبقاء في نفس الوقت على اتصال عبر الصوت أو النص، مع أي شخص نريده. كان المبدأ العام إن الهاتف المحمول حررنا من المنزل أو المكتب، و كانت النتيجة المحددة التي بحثتها كيف حرَّكتنا هذه الحرية في الخارج.

وبالتالي أحدث وسائل الإعلام الجديدة المتوفرة على الهواتف الذكية والكومبيوتر اللوحي متاحة بطبيعة الحال خارج المنزل أو المكتب - و تسجيلات دخول فورسكوير ليست من المنزل أو المكتب عادةً - ولكن فيما يخص التغريدات، ومقاطع فيديو يوتيوب، والمدونات، وأصدقاء فيسبوك الذين قد نرغب في الوصول إليهم، والمدونات، والتغريدات التي قد نرغب في كتابتها، لذا أصبح السرير أيضا أحد المواقع الرئيسية لأحدث وسائل الإعلام الجديدة، وبالطبع السرير والحديقة على نفس المسافة تقريبا من المكتب، ولكنه مختلف كثيرا عن المكتب في جوانب مختلفة. جعلت الأجهزة الجوالة الظروف التي ننخرط فيها في أحدث وسائل الإعلام الجديدة أكثر خصوصية (السرير)، مثلما هي أكثر عمومية (الحديقة).

وكانت السيارة مكانا شعبيا لاستخدام وسائل الإعلام الإلكترونية خارج المنزل والمكتب منذ أن قدمت ترانزسيستون أول راديو سيارة في عام 1929 (ليفنسون، 2004). ولكن تحولت الإذاعة كي تكون حالة خاصة، على الأقل بالنسبة للسائق، لأن المستمع يمكن أن ينظر ويركز على شيء آخر أثناء الاستماع. في المقابل، فإن مشاهدة برنامج تلفزيوني أو فيديو يوتيوب على جهاز أي فون أثناء قيادة سيارة وسيلة سريعة لإنهاء هذة القيادة بأسوأ طريقة ممكنة: لا يمكن أن تنظر عيوننا إلى مكانين مختلفين أو أكثر في نفس الوقت، ولنفس الأسباب، لا يستطيع السائق قراءة صحيفة عبر الإنترنت أو مدونة أو التشاور على ويكيبيديا، ناهيك عن الكتابة والتحرير بأمان، ومن ناحية أخرى يستطيع ركاب السيارة القراءة ، والكتابة، والمشاهدة ، أو حتى التفاعل مع جميع أحدث وسائل الإعلام الجديدة عبر الكومبيوتر

اللوحي والهواتف الذكية بأمان.

إلى أي مدى ستؤدي هذة الزيادة في إتاحة أحدث وسائل الإعلام الجديدة خارج المنزل والمكتب إلى استخدامهم الفعلي في السيارات، والأسرَّة، والمتنزهات، وما شابه؟ قراءة الكتب والصحف على مقاعد الحديقة هي تقليد عريق، مما يوحي إن قراءة وكتابة، ومشاهدة أحدث وسائل الإعلام الجديدة لديه مستقبل مشرق بالتأكيد، ولأن لا وسيلة من أحدث وسائل الإعلام الجديدة، باستثناء تسجيل بودكاست، تتطلب الكلام، فإن أحدث وسائل الإعلام الجديدة على الهواتف الذكية لديها ميزة عن الهواتف المحمولة في عدم إزعاج أي شخص في المحيط (راجع ليفنسون، عام 2004، حول آداب الهاتف المحمول). ويمكن اعتبار مقاهي الإنترنت والواي فاي في كافيهات ستاربكس الخطوة الأولى في استخدام أحدث وسائل الإعلام الجديدة في الأماكن العامة – خطوة في رحلة قصيرة جارية بالفعل على قدم وساق من أجهزة الكمبيوتر المحمولة في ستاربكس إلى الأجهزة الجوالة في أي وكل مكان.

البطاريات باعتبارها نقطة ضعف

نقطة ضعف جميع وسائل الإعلام الإلكترونية الجوالة منذ الراديو الترانزستور في الخمسينات هي البطارية. على سبيل المثال كان أول أي فون في عام 2007 تستمر بطاريته 30 دقيقة فقط اعتمادا على المهام - مشاهدة مقطع فيديو، أو التحدث في الهاتف، أو العمل على شبكة الإنترنت. أي فون 4 الذي أطلق في عام 2010 مد هذا المتوسط إلى 4 ساعات و30 دقيقة. أجهزة الكمبيوتر المحمول معروفة بعمر بطاريتها القصير، و الهواتف المحمولة مزمنة في اعتياد الصمت بسبب نفاذ بطاريتها.

الحل يكمن في ما رأيناه في الفصل السابق من الميزة الدائمة للقراءة من ورقة بدلا من الشاشة -تتطلب الورقة ضوء الشمس فحسب، أو أي مصدر ضوء اصطناعي بالقرب كي تصبح مقروؤة. في نهاية المطاف، سوف يكون لدى الهواتف الذكية والكومبيوترات اللوحية "بطاريات" يمكن إعادة شحنها بضوء الشمس أو أي ضوء محيط. كما هو الحال عادة مع التكنولوجيات الجديدة التي تحررنا من تقنيات سابقة أقل ملاءمة، مثل هذة "البطاريات الذكية" من المرجح أن تتكلف أكثر

بكثير من بطارياتنا "الغبية" الحالية. ولكـن بمجـرد أن تصـبح المعيـار، لـن تصـبح البطاريـة الحلقـة الضعيفة في وسائل الاعلام الجوالة.

أجهزة أي فون، الكومبيوتر المحمول، وتقنية بلوتوث، والأدمغة

تكامل وسائل الإعلام – وسيلتان أو أكثر ، يبدآن من قدرات مختلفة، ويطوران من وظائفهما المتقاطعة و المتداخلة حتى يصبحا نفس الوسيلة تقريبا، أو وسيلة واحدة لديها وظائف موسـعة – معترف به منذ عقود باعتباره مبدأ مهم لتطور وسائل الإعلام (راجع ليفنسون، 1997).

تطورت الهواتف الذكية من الهواتف المحمولة - الهواتف التي نتحدث ونرسل رسائل نصـية من خلالها تطورت إلى هواتف يمكننا من خلالها العمل واللعب على شـبكة الويـب أيضـاً. أي فـون، بلاك بيري (التي بدأت كأجهزة جوالة للبريد الإلكتروني)، والأندرويد Androids أمثلة على الهواتـف الذكية، كما تطورت الكومبيوترات اللوحيـة مـن المحمولـة – كومبيـوترات جوالـة، التـي تتطلـب في البداية أجهزة مودم ثم انترنت لاسلكي (واي فاي)، ومتطورة إلى أجهزة كمبيـوتر أكـثر خفـة تخـدمها نفس خطط البيانات، والوصول السهل للإنترنت مثل الهواتف الذكية. أجهزة أي باد وكيندل كأمثلـة للكومبيوترات اللوحية- كلاهما لديه وصول سهل إلى شبكة الإنترنـت، أجهـزة كينـدل لـديها قـدرات خاصة لإرسال الكتب وتيسير قرائتها. الاختلافات الرئيسية الراهنة بين الهواتف الذكيـة والكومبيـوتر اللوحي إن الهواتف الذكية تسمح بإجراء المكالمات الهاتفية و لديها شاشات ولوحات مفاتيح أصـغر من الكومبيوتر اللوحي. ولكن القدرة على الاتصـالات الصـوتية عـبر سـكايب، وجوجـل، وتطبيقـات الإنترنت الأخرى يعني إن أجهزة الكومبيوتر اللوحي أصبحت مثـل الهواتـف الذكيـة أكـثر. وكلاهـما أيضا لديه قدرات مماثلة لتسجيل الفيديو وإجراء محادثة بالفيديو.

الخطوة التالية، والجارية بالفعل بالنسـبة لجميـع وسـائل الإعـلام المحمولـة، ستكون بالنسبة لأجهزة أحدث وسائل الإعلام الجديدة هي أن تصبح أصغر وأخـف وزنا مما هي عليه الآن. "مبدأ ديماكسون "dymaxion Principle لبكمنستر فـولر (Buckminster Fuller (1938 الذي يرى إن التكنولوجيات الجديدة تصبح أصغر

فأصغر وأكثر قوة – من حيث القوة (أكثر) والحجـم (أقـل)، لم يكـن مؤكـدا مـثلما في حالـة وسـائل إعلام القرن الحادي والعشرين الجوالة.

ولكن كل هذا يبدأ مع الدماغ البشري، والذي يزيد وزنه قلـيلا عـن كجـم في البـالغين، وهـو أقدم وسيلة أساسية وأحدث وسيلة جديدة على السواء. أدمغتنا تقرأ، وتكتب، وتشـاهد، وتسـمع – تسـتقبل وتنـتج جميـع محتـوى أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة ناهيـك عـن التفكـير، والشـعور، والاعتقاد، والحلم ،والتخيل، و أكثر من ذلك بكثير. وكما أشرت في مقابلتي في عام 2007 عـلى مقهـى ألكوف The Alcove مع مـارك مـولارو Mark Molaro (حيـث كنـت أول مـن تحـدث علنـا عـن "أحدث وسائل الإعلام الجديدة")، ذلك الانتصار لتعدد المهام الذي يفعله دماغنا هو على الأرجح ما سيكون، في مرحلة ما في المستقبل، حيث يبـدأ بعـض مننـا عـلى الأقـل اسـتقبال مـا ننتجـه لأحـدث وسائل الإعلام الجديدة عبر التضمينات الرقمية في الدماغ، الذي سيكون أيضا المكـان الـذي يسـتقبل فيه بعضنا مباشرةً كلمات، وصور، وأصوات أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة، دون معالجـة عيوننـا وآذاننا هذا المحتوى أولا. تكنولوجيا البلوتوث دون اسـتخدام اليـدين مـا هـي إلا الخطـوة الأولى في هذا الاتجاه والتي، نظرا للفارق بين جهاز خارجي مثل النظارات وحتـى العدسـات اللاصـقة مقابـل الزرع في الدماغ، لا تزال بعيدة المنال عن القبول العام، أيا كانت الجدوى العلمية.

على موقع يوتيوب، حيث يمكـن العثـور عـلى هـذة المقابلـة الآن، عـرض أحـد المعلقـين رأي مفاده إن من المرجح ألا يتبنى الناس الزرع.

وأجبته إن ليست هذة هـي المشـكلة في نهايـة المطـاف، لأن جـوهر أحـدث وسـائل الإعـلام الجديدة هو الاختيار. ننتقل في الفصل القادم لمجموعة متنوعة من الخيارات الإضـافية مـن أحـدث وسائل الإعلام الجديدة – أنظمة كانت فيما مضى جبارة ضمن أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة، أو على الأقل كانت أكبر مما هي عليه اليوم في عام 2012. لكـن عمليـة الاختيـار الإنسـاني حـولتهم إلى أقل شهرة وشعبية، ولكنها لا تزال مهمة في عالم أحدث وسائل الإعلام الجديدة المتطور.

الفصل الثامن

الوسائل الأقل أهمية

سرعة تطور وسائل الإعلام الفائقة في القرن الحادي والعشرين تركت الغبار على بعض أحدث وسائل الإعلام الجديدة الرئيسية، أو على الأقل لم تعد بنفس الشهرة التي كانت عليها قبل بضع سنوات. مع ذلك فإنها تستحق بعض اهتمامنا، سواء بالنسبة لمازالت تفعله حتى الآن، أو لما تخبرنا به عن كيف ارتقت أحدث وسائلنا الإعلامية الجديدة الرائدة مكانتها الحالية في عام 2012.

ماي سبيس Myspace

جميع وسائل الإعلام، الجديدة والقديمة، هي في جوهرها اجتماعية. حتى الهيروغليفية القديمة تطلبت شخصين على الأقل -واحد يكتب، والثاني يقرأ - كما في جميع الاتصالات، إذا كانت ستصبح اتصالا. الكلمة المنطوقة أو المكتوبة لنفسها، لم يسمعها أو يراها أحد، قد تكون حقيقية مثل شجرة يضرب بها المثل تقع في غابة ولا أحد حولها، ولكنها ليست اتصالا.

جميع أحدث وسائل الإعلام الجديدة تزيد من هذا الجانب الاجتماعي بالغ الأهمية في التواصل بطريقة أو بأخرى. ستكون ويكيبيديا غير عملية دون مجموعات المحررين، ومدونة دون أي تعليقات ستظل من الناحية الفنية مدونة؛ ولكنها ستكون أقرب بكثير إلى موقع مجلة أو صحيفة منها لمدونة. وسائل الإعلام القديمة مثل الصحف المطبوعة، وبالطبع، رسائل بريد القراء المنشورة، ولكن هذه تتمتع بدور أصغر بكثير في الحياة اليومية للصحيفة من دور التعليقات في مدونة.

ولكن بعض أحدث وسائل الإعلام الجديدة لا تزيد العنصر الاجتماعي فحسب؛ وإنما تجعله الفعل الرئيسي لأحدث وسائل الإعلام الجديدة. العمل في مجموعات قد يكون ضروريا بالنسبة إلى ويكيبيديا، ولكن القارئ/المحرر في هذه

المجموعات لا يفكرون في أنفسهم أو يصنفون بعضهم بعضا باعتبارهم "أصدقاء"، وبالتأكيد ليسوا أصدقاء خارج الإنترنت ولا حتى داخله، وفي المقابل، فإن المكون الأساسي لفيسبوك، كما رأينا، ليست هي المادة أو المحرر كما في ويكيبيديا، وليست الفيديو كمافي يوتيوب ، وليست التغريدات كما في تويتر، أو تسجيل الدخول كما في فورسكوير؛ إنما المكون الأساسي المحدد لفيسبوك هو الصديق.

ولكن ماي سبيس كانت هناك أولا.

أصل "الأصدقاء" على شبكة الإنترنت

ماي سبيس Myspace – المعروفة من البداية، وبالنسبة لمعظم مشتركيها باسم MySpace، ثم اختصارا My[___]- أطلقها في أغسطس 2003 براد جرينسبان Brad Greenspan (الذي أصبح بعدها الرئيس التنفيذي لشركة إي يونيفرس e-Universe)، وتوم أندرسون Tom Anderson،وكريس دي ولف Chris DeWolfe، وجوش بيرمان Josh Berman، أيضا مع أي يونيفرس. أنشئت ماي سبيس على الديناميات الاجتماعية لأمريكا أون لاين America OnLine ، وكومبيو سيرف CompuServe، ولوحات الرسائل message boards، والمنتديات forums، والمؤتمرات عبر الكمبيوتر (راجع ليفنسون، 1985 و ليفنسون، 1997 ؛ ريان Ryan، 2008 ، وفيدرو Vedro، 2007 ، لمزيد من التفاصيل)، ولكن جرينسبان شهد القيمة الرئيسية لأحدث وسيلة الإعلام الجديدة ، كما فعل فريندستر Friendster (في الواقع قبل ماي سبيس، في عام 2002)، بألا يفرض رسوما على الحسابات. واشترت شركة أخبار روبرت مردوخ Rupert Murdoch's News Corp ماي سبيس بمبلغ 580 مليون دولار في يوليو 2005. وأصبحت من وقتها وخلال عام 2008 إحدى شركتين عملاقتين في مجال وسائل الإعلام الاجتماعية على الانترنت (إلى جانب فيسبوك، والتي كانت أصغر من ماي سبيس في تلك الفترة) . كان لدى ماي سبيس أكثر من 300 مليون حساب في أوج ازدهارها، ثم بيعت لنجم الموسيقى والسينما جاستن تيمبرليك Justin Timberlake ولشركة سبيسيفيك ميديا Specific Media في عام 2011؛ وتقلصت إلى عشر هذا الحجم منذ ذلك الوقت، وأصبح عدد مستخدميها 30 مليون نسمة فقط.

كان شعار ماي سبيس في الفترة 2003-2009 -المعادل لشعارات نيويورك تايمز "كل الأخبار الملائمة للنشر"، وفوكس نيوز "عادلة ومتوازنة"، و يوتيوب "بِثْ بنفسك" – هو "مكان للأصدقاء" وأُسقط عندما بدأت ماي سبيس التركيز على "الترفيه الاجتماعي" – أي الموسيقى (راجع جزء "موسيقى ماي سبيس وأحدث وسائل الإعلام الجديدة")، إلى أي مدى كان السابقون على ماي سبيس صادقين في شعاراتهم؟ هل كان وصفا دقيقا لماي سبيس مثلما كان شعار "بث نفسك" ليوتيوب؟ أم كان يشبه أكثر دعاية صحيفة نيويورك تايمز الكلاسيكية المغالى فيها، والموجودة على صفحتها الأولى منذ عام 1897، والتي كما رأينا في الفصل السادس تخفي حقيقة إن ما يصل إلى صفحاتها ليس كل الأخبار الملائمة للنشر، ولكن كل الأخبار التي يرى محررو صحيفة نيويورك تايمز إنها ملائمة للنشر، شعار فوكس منذ عام 1998 أكثر ذاتية، وبالتالي دحضه أقل يسرا – ماذا تعني "عادل" بالضبط - ولكن لا أحد باستثناء فوكس سوف يصنف قائمة مذيعيها ومعلقيها بإنها "متوازنة" بين اليسار واليمين، أو حتى بين وجهات النظر الديمقراطية مقابل الجمهورية.

و ماذا عن "الأصدقاء" على ماي سبيس؟ كما رأينا مع "الأصدقاء" في فيسبوك، يجمع صديق الانترنت الصِرْفْ شيء مهم مشترك مع الصديق الشخصي خارج الإنترنت – تقاسم اهتمام أو أكثر، ولكن على ماي سبيس، تأخذ مصادفة الاهتمام المشترك منعطفا قبيحا.

"المطاردة عبر الإنترنت" على ماي سبيس

قدرة أي مستخدم على اتخاذ هوية مزورة تماماً – مزورة ليس فقط في الاسم ولكن أيضا في نوع الجنس والعمر- يفتح جميع أنواع احتمالات السلوكيات المسيئة والخطيرة. لا وسيلة - قديمة أو جديدة- في مأمن من الاستخدام المُسيء، والخَطِر، والجنائي، وفي الفصل التالي سوف ندرس بعض اساءة الاستخدام، والانتهاكات التي تنشأ عن تبني هويات مزيفة و الجوانب الأخرى لأحدث وسائل الإعلام الجديدة. ولكن قضية لوري درو Lori Drew عن "المطاردة عبر الإنترنت" من خلال ماي سبيس هي في جوهرها مثال على الأمور السيئة التي قد تحدث مع "أصدقاء" الانترنت - كيف

يمكن استخدام وسيلة اجتماعية لقتل أو يمكن أن تتسبب في وفاة "صديقك"- التـي سـوف نعتبرهـا انحرافا عن الوسيلة الاجتماعية هنا.

لنبدأ، لم تكن قضية لوري درو مثالا واضحا للمطاردة عـبر الإنترنـت، التـي فيهـا شـخص مـا، غالبا باسم وصورة مستعارين، يصادق شخصا آخرا عبر إحدى أحدث الوسائل الاجتماعيـة الجديـدة – غالبا فتاة مراهقة ضعيفة- بهدف ترتيب لقاء شخصي مع هـذة "الصـديقة" الجديـدة، لأي غـرض سيء. علاج هذا النوع من المطاردة هو عدم لقاء أي شخص تعرفه على الإنترنـت فقـط وجهـا لوجـه أبداً، ما لم يكن ذلك في مكان عام وآمن جدا.

كما لم تكن هذة القضية نموذجا عن المطاردة عبر الإنترنت، التي يتحرش فيها شخص أو أكـثر بشخص آخر لغرض السخرية من الضحية، أو إذلالها، أو إحراجها (راجع الفصل التالي).

كان مثال مطاردة لوري درو عبر الإنترنت شيئا مختلفا، رغم إنه حدث بسبب نفس السـبب من عجز أي شخص على معرفة حقيقة "أصدقائه" على الانترنـت في الواقـع، مـالم يكونـوا يعرفـونهم بالفعل خارج الإنترنت.

خلفية القضية هي كما يلي: وفقا لوري درو البالغة من العمر 49 عاما، جارتها ميجـان مـاير البالغة من العمر 13 عاما نشر شائعات سيئة عـن ابنتهـا درو، مـما أجـبر لـوري درو عـلى الانتقـام، فصنعت هوية مزورة باسم "جوش إيفانز" على ماي سبيس، وأصبحت "صديق" مـن خلالـه لميجـان ماير، وتظاهر "جوش" بالوقوع في غرام ميجان. ولما كانت ماير تبلغ من العمر 13 عاما فقد صدقت البريد الإلكتروني الذي أرسله لها حبيبها جوش/ لوري الذي قال فيه "إن العالم سيكون مكانـا أفضـل بدونك"، ميجان ،التي عانت من الاكتئاب، شنقت نفسها (ماسترسون Masterson، 2008).

لم يتمكن المدعي العام المحلي من الحصـول عـلى لائحـة اتهـام ضـد درو في ولاية ميسوري، حيث تعيش هي وميجان، ولكن المدعي العام الفيدرالي كان قادراً على توجيه الاتهام لها في لوس انجيلوس (مقر شركتي نيوز كورب/ وفـوكس، التـي كانت تمتلك وقتها ماي سـبيس) في ثلاثـة تهـم مـن الـدخول غـير القـانوني لجهـاز

كمبيوتر (جنحة)، وتهمة (جناية) التآمر بموجب قانون إساءة استخدام الكومبيوتر والاحتيال به، ووجدت هيئة المحلفين إنها مذنبة في التهم الثلاثة الأولى، وحكمت عليها بغرامة أقل.

كما أوضح(كيم زنتار Kim Zenter في موقع26 Wired.com نوفمبر 2008)، فقد استند الادعاء على "رواية" معادلة لاستخدام ماي سبيس في المضايقة (انتهاكا لاتفاق "شروط الخدمة") و"القرصنة" فعل محظور بموجب القانون الفيدرالي، ورغم اتفاق ماي سبيس مع الادعاء، فقد اعترض العديد من الخبراء القانونيين والمدافعين عن الحريات المدنية (زنتارZenter، 15 مايو 2008)، ورغم أنني أتفق معهم دائما تقريبا (راجع مقالي "خرق التعديل الأول"، 2005)، في هذه الحالة، لم اعتقد إن الحكم، حتى بمجرد جنحة، عمل سابقة مهمة. استخدام هويات مزورة للاستمتاع، ولعب الأدوار، والنشاط التجاري غير المضلل لا بأس به، ولكن استخدام هوية مزورة للإساءة إلى شخص -خاصة إساءة بالغ إلى طفل- سيكون تحرش غير محمي بموجب التعديل الأول. مع ذلك فإن القاضي الفيدرالي لم ير هذة المسألة بتلك الطريقة، وانقلب على أحكام الإدانة في عام 2009.

بطريقة ما، يعتبر الجزء الأكثر إثارة للقلق فيما حدث لميجان ماير هو أنه لم يقع فريسة لمطاردة على الانترنت "تقليدية"- لم تمت لأنها ارتكبت حماقة لقاء صديق من الانترنت في مكان خاص. في الواقع، لم ترتكب أي خطأ أو حماقة على الإطلاق – سوى الوقوع في الحب مع "ولد" على ماي سبيس.

ماذا يمكننا أن نفعل لحماية أطفالنا من هذا النوع من الإساءة التي قد تكون قاتلة؟ سوى أن نبقيهم بعيداً عن الإنترنت تماما أو نمنعهم من أن يكون لهم "أصدقاء" على الإنترنت لا يعرفونهم في الواقع – حتى لو من المرجح نجاح هذة الصداقة عملياً - العلاج الوحيد هو مساءلة البالغين، كما فعلت لجنة المحلفين مع لوري درو، ولكن قاضي الاستئناف لم يفعل في نهاية المطاف.

لكن الأطفال يمكنهم الإساءة لأطفال آخرين أيضا عبر الإنترنت، وفي نهاية المطاف، لا يوجد قانون أو إجبار يمكن أن يحمينا تماما من أسوأ غرائزنا، التي نعرب عنها من خلال أحدث وسائل الإعلام الجديدة، والقديمة، أو أي وسيلة أخرى.

أحدث وسائل الإعلام الجديدة توفر علاجاً للمطاردة عبر الإنترنت

بعد أن نشرت تدوينة على ماي سبيس عن قصة ميجان الفظيعة (ليفنسون، 2008) ببضعة أيام وصلتني رسالة من وكيل دعاية يخبرني إن أغنية كتبتها وأطلقتها للتو فرقة الحقيقة على الأرض Truth on Earth ، بعنوان "طلقة من بندقية بلا ذخيرة". تبدأ الأغنية "حاولت أن أشرح كيف يبدو عندما يطلق طفل تعرفه بالكاد على الجزء الخلفي من عقلك النار بمسدس بلا ذخيرة.." (تأليف أعضاء الفرقة سيرينا Serena ، وكايلي Kiley ، وتيس Tess) .

أنشأت الفرقة صفحة ويب http://truthonearthband.com/ ، تتضمن كلمات الأغنية بالإضافة إلى ملف صوتي MP3 لها ورابط يمكنك من خلاله "قراءة حقائق عن المطاردة عبر الإنترنت"، الفرقة مكونة من ثلاث شقيقات في سن المراهقة (بحلول عام 2012 أو أكبر قليلا)، وتشمل تأثراتهم الموسيقية "فرقة الروك المكونة من كروسبي Crosby ، وستيلز Stills، وناش Nash ، بالإضافة إلى ؛ وتشمل تأثراتهم الاجتماعية مارتن لوثر كينج Martin Luther King ، والمهاتما غاندي Mahatma Gandhi

وتقول (الحقيقة على الأرض) إن هدفها الرئيسي هو "رفع الوعي إلى المستوى الذي يستطيع فيه الجميع، بمرور الوقت، أن يصبحوا جزءا من الحلول بدلا من خوض المشاكل فحسب."

وأرى إن الفرقة مثالا على العلاج الذي تقدمه أحدث وسائل الإعلام الجديدة لأسوأ عللها - في هذه الحالة، المطاردة عبر الإنترنت، إنه ليس علاجا ولكن دواءا قد يساعد في الكشف عن إساءة استخدام أحدث وسائل الإعلام الجديدة من خلال تنبيه الناس إلى مخاطرها. (راجع "موسيقى ماي سبيس وأحدث وسائل الإعلام الجديدة" و"البث المسجل عبر الإنترنت" لاحقا في هذا الفصل لمعرفة المزيد عن فرقة الحقيقة على الأرض والبث المسجل عبر الإنترنت)

بدأت ماي سبيس في خسارة مستخدميها في عام 2008، بانخفاض لم تتعاف منه بعد، رغم عدم إجراء استطلاع علمي حول لماذا ترك الناس ماي سبيس، فإنه من الإنصاف القول إن ما حدث لميجان ماير جعلت ماي سبيس مكانا غير جذاب

أو لطيف.

ماي سبيس باعتبارها كافتريا وحيدة المصدر لأحدث وسائل الإعلام الجديدة

بالنسبة بعض أنظمة أحدث وسائل الإعلام الجديدة يكون السؤال حول الغـرض مـن النظـام – ما تفعله الوسيلة- مجاب عنـه بـيسر؛ ويكيبيـديا موسـوعة، يوتيـوب يعـرض مقـاطع الفيـديو، و بلوجسبوت (من الواضح) يستضيف مدونات، وبالنسبة للبعض الآخر مثل تويتر يكون الجـواب غـير واضح. إذا قلنا إن الغرض من تويتر هو تشجيع التغريدات سيكون ذلك تكرارا وحشوا، ويثـير سـؤالا آخر عما هي التغريدات؟ يمكن الإجابة إنها تعبير عن الرأي، أوالعاطفة، أو أيا ما كان بإيجاز، ولكـن هذة إجابة أطول من الموسوعة أو الفيديو.

الإجابة بالنسبة لماي سبيس - وحالياً فيسبوك - أطول لسبب مختلف. كلاهما يفعلان أشـياء مختلفة كثيرة، مثل ما نفعله مع الأصدقاء الحقيقيين وأكثر، لذا فإن أفضل إجابـة سـتكون لـيس لهـا هدف أو وظيفة رئيسية وحيدة. ماي سبيس في ازدهاره قدم مجموعة متنوعـة مـن الخـدمات، بمـا فيهـا الرسـائل الخاصـة والـنشرات أو رسـائل المجموعـات مـن صـديق في مـاي سـبيس إلى الجميـع، والتدوين؛ ونشر الصـور ومقـاطع الفيـديو، والموسـيقى؛ الشـات عـبر الأي أم IMing؛ والمجموعـات المكرسة لاهتمام مشترك .

الصور، ومقاطع الفيديو، والموسيقى، والنصوص المنشورة من مختلف الأنواع التي تظهر على "الصفحة الشخصية Profile" لعضو ماي سبيس، التي كانت بمثابة بطاقة دعوة إلكترونية، أو إعـلان وحيد المصدر عن الحالة الاجتماعية للمستخدم وأنشطته المهنية داخل وخارج الإنترنت.

ورث فيسبوك هذة الخدمات المتعددة، ووسـعها، في حـين ركـز مـاي سـبيس اهتمامـه عـلى الموسيقى.

موسيقى ماي سبيس وأحدث وسائل الإعلام الجديدة

كانت "صفحات الموسيقى" على ماي سبيس تحديداً ثورية، لأن الطريق التقليدي كي تصـبح فنانـا ناجحـا هـو جـذب اهـتمام شركـة تسـجيلات، وهـو ماقـد يحـدث مـن

خلال إحياء حفلة أو إرسال نماذج "تجريبية" من تسجيلاتك إلى شركة التسجيلات. وكان الحفل الأسلوب المفضل عادة، لأنه يعطى الشركة وسيلة لقياس اهتمام الجمهور بتسجيلات الفنان المحتملة.

عرضت "صفحات الموسيقى" على ماي سبيس، التي بدأت في عام 2005، نهجا مختلفا: تسجيل حساب على ماي سبيس، وعلى نوع خاص من الصفحات، التي ستعرض ملفات صوتية MP3 من موسيقاك. ادع الأصدقاء من داخل ماي سبيس وخارجه كي يأتوا ويستمعوا مجانا. أنشيء قائمة الأصدقاء الخاصة بك، ثم اختر التوقيت المناسب لتعريف شركة التسجيلات بكل هذه الإثارة التي تبدعها صفحتك الموسيقية.

ويمكن اعتبار هذا الآن نهجا كلاسيكياً لأحدث وسائل الإعلام الجديدة: الموسيقي، سواء كانا فنانا أو فرقة تسجيلات محتملة، لم يعد بحاجة للاعتماد على وكيل للوصول إلى النوادي، وعلى النوادي لحجز موسيقين للحفلة، لمجرد أن ترى شركة التسجيلات تأثيره على الجمهور، إنما يمكن للموسيقي، بدلا من ذلك، إنشاء ناديا أو مكانا له كي يؤدي عليه مباشرةً على ماي سبيس، وبالتالي قضى على عدة مستويات من الوسطاء أو الخبراء.

تستوعب صفحات ماي سبيس الموسيقية مجموعة واسعة من الفرق والفنانين، وتمكن قليلون فقط من الاستفادة من صفحاتهم الشخصية في ماي سبيس ليتحولوا من أشخاص مجهولين إلى نجوم؛ كما حدث مع جاستن بيبر Justin Bieber على يوتيوب ، ولكن هذا لا ينفي إن ماي سبيس له تأثير ملحوظ على الجميع ، وعلى الثقافة الشعبية.

بدأت كيت ناش Kate Nash، من مواليد دبلن، ايرلندا، صفحتها على ماي سبيس في وقت مبكر من عام 2006، ثم "أسست مديرا لنفسها قبل الشروع في البحث عن منتجين لموسيقاها" (ويكيبيديا، 2012). انتجت أولى أغنياتها الفردية في أيسلندا في طبعة محدودة من 1000 نسخة في عام 2006، بينما نمت قاعدتها الجماهيرية على ماي سبيس، وحققت أغانيها أكثر من 26 مليون مرة استماع مجاني بحلول عام 2012، وفي الوقت نفسه، حقق ألبومها (مصنوع من الطوب)

مستوى "بلاتيني" (باع مليون نسخة) وأصبح رقم 1 في المملكة المتحدة في عام 2007.

أما ليلي ألين Lily Allen اللندنية "أسست حسابها على ماي سبيس، وبدأت في نشر أجزاء من أغانيها في نوفمبر عام 2005" (ويكيبيديا، 2012)، استطاعت جذب الجماهير والمهتمين من الصحافة السائدة، لاسيما مقال عنها في الجارديان البريطانية (سوير Sawyer، 2006)، وحصلت أغنيتها الفردية "ابتسم" على المركز الأول في المملكة المتحدة بعد بضعة أشهر، كما باع ألبومها "حسنا" أكثر من 3.3 مليون نسخة، وحققت أغانيها أكثر من 72 مليون مرة استماع مجاني على ماي سبيس بحلول عام 2012 .

أما شون كينجستون Sean Kingston، ولد في كيسان أندرسون Kisean Anderson في ميامي بفلوريدا، وتربى في كينجستون بجامايكا، واستخدم ماي سبيس لإشعال مسيرته الموسيقية بطريقة مختلفة قليلا، ويفسر إنه في عام (2007) أرسل رسائل إلى هدفه،جوناثان روتم JR Rottem منتج تسجيلات، عدة مرات عديدة في اليوم لمدة أسابيع على ماي سبيس، بعد أن انضم كينجستون في صيف عام 2007، اهتم به روتم، وافتتن به، والنتائج تتحدث عن نفسها، منذ ذلك الوقت أصبحت أغاني كينجستون رقم 1 في الولايات المتحدة، وكندا، واستراليا (ويكيبيديا ، 2012)، وحققت أغانية أكثر من 114 مليون مرة تشغيل مجاني على ماي سبيس حتى عام 2012 .

تنافست أكثر من ثمانية ملايين صفحة موسيقى على جذب الاهتمام على ماي سبيس حتى يناير 2008 (تشردر Techradar، 2008)، وتقريبا لم تحقق أيا منهم نجاح ناش، وألين، أو كينجستون. ولكن البعض الآخر اكتشف فوائد أقل لحياته المهنية على ماي سبيس .

أسست فرقة الحقيقة على الأرض، التي تعرضنا لها سابقا كناشطة ضد المطاردة عبر الإنترنت صفحتها على ماي سبيس في أبريل 2008 – قبل تسعة أشهر تقريبا من اتصال وكيل دعاية الفرقة بي – وحققت أغانيها ما يقرب من 14 ألف مرة استماع مجانية حتى أول يناير 2012. (وبالمقارنة، حققت أغنياتي على ماي سبيس ما يقرب من 5 ألاف مرة استماع حتى أول يناير 2012).

تشارك فرقة الحقيقة على الأرض في كل وسيلة تقريبا من أحدث وسائل الإعلام الجديدة المذكورة في هذا الكتاب بصفحات وحسابات على موقع يوتيوب (مقاطع فيديو على قناتهم الخاصة محققة 32 ألف مشاهدة حتى عام 2012)،على تويتر (1400 متابع)، وفي فيسبوك (صفحة للفرقة بها أكثر من 90 ألف علامة "أعجبني")، ومدونة على بلوجسبوت ، و العديد من وسائل الاعلام الاجتماعية التي لم نناقشها هنا، بما في ذلك "أي لايك I Like"، وموسيقاهم متوفرة للبيع على أمازون وأي تيونز - 70 في المئة من أرباحهم تذهب إلى قضايا اجتماعية، ولكنهم لم يستطيعوا الدخول إلى التيار الرئيسي حتى الآن، ولكن ساعدت صفحات الموسيقى على ماي سبيس بالتأكيد على الحفاظ على الفرقة في اللعبة، وخاصة في أيامها الحاسمة الأولى.

مواقع الموسيقى الأخرى الموجودة في منافسة مع ماي سبيس -وتقدم صفحات تعريفية شخصية يستطيع من خلالها الفنانين تحميل موسيقاهم وتشمل Soundcloud (تأسس عام 2008، ولديه 5 مليون مستخدم حتى يناير 2012)، وموقع Reverbnation (تأسس عام 2006، ولديه مليون مستخدم في عام 2011). في كلتا الحالتين، فإن المستخدمين هم الموسيقيين، والفرق، أو أي شخص لديه حقوق تأليف ونشر لملفات MP3 (الشيء نفسه لموسيقي ماي سبيس). موقع Last.fm (2002 (هو في المقام الأول موقع استماع إلى الموسيقى، لديه 30 مليون مستخدم، بعضهم فنانين لديه صفحات لموسيقاهم؛ أما موقع سبوتيفي Spotify فقد أُطلق في عام 2008، وكان لديه 10 مليون مستخدم مستمع في عام 2011، وكان يروج خدماته المتميزة ترويجا كبيرا (يدفع المستمعون نظير ما يسمعونه من موسيقى) في نهاية عام 2011 (فام Pham، 2011).

شعر ماي سبيس

عنونت هذا القسم "شعر ماي سبيس"، وليس باعتبارها وسيلة غنائية لوصف العلاقة أو نوع من الكتابة قد يجده المرء على ماي سبيس، ولكن للفت الانتباه إلى استخدام مدونات ماي سبيس من مجموعات مختارة من الشعراء أنفسهم (جميع منتجو أحدث وسائل الإعلام الجديدة مختارين ذاتيا) .

انس إستراتي Lance Strate هو زميل في جامعة فوردهام- في الواقع، رئيس قسم الاتصالات والدراسات الإعلامية في عام 1998، وكان أول من أحضرني للتدريس في فوردهام. نحن أصدقاء وزملاء على حد – كلانا تخرج من برنامج الدكتوراه في بيئة الإعلام من جامعة نيويورك، حيث درس كلانا تحت إشراف نيل بوستمان في أوقات مختلفة – وفي تلك القدرات تحدثنا كثيرا عن أحدث وسائل الإعلام الجديدة وتأثيرها. في الواقع، وكما ذكرت في مقدمة الطبعة الأولى من هذا الكتاب، وكان ذلك خلال مناقشة لي عندما كنت رئيسا مع لانس Lanceفي خريف عام 2007 حول عدم ملاءمة اسم "الإعلام الجديد" لأحد المساقات الدراسية الرئيسية لدينا، أدركت خلالها إن اسم "أحدث وسائل الإعلام الجديدة" ستكون وصفا أفضل بكثير من المدونات، ويوتيوب، وويكيبيديا، وغيرها.

انضم لانس إلى ماي سبيس قبل بضعة أشهر فقط من هذا النقاش، وبعد عام أو نحو ذلك من مناقشة عارضة معي حول قيمة ماي سبيس في تعزيز الجماعات العلمية. (وكان لانس وقتها أيضا رئيس اتحاد البيئة الإعلامية، مجموعة أسسناها في عام 1998) وفي أحد أوائل ليالي يوليو2007 – كنت ولانس ندرس للدراسات العليا في ذلك الصيف – تمشى لانس إلى مكتبي و قال شيئا على غرار "فعلتها اخيراً"، وكان يشير إلى مدونة بدأها لتوه في 4 يوليو2007 على ماي سبيس. على عكس مدونة أخرى بدأها لانس سابقاً على بلوجسبوت (تحت تأثير إقناعي أيضاً)، أخبرني لانس إن هذة المدونة على ماي سبيس ستكون مخصصة لأشعاره.

لم ينشر لانس الشعر أبداً قبل ذلك. وفي مجال الشعر كان مثالا لمنتج غير مهني في أحدث وسائل الإعلام الجديدة. بحلول ديسمبر 2008، كان لانس قد نشر 150 قصيدة له في مدونة ماي سبيس. وتلقى أكثر من 13 ألف تعليق وأكثر من 66.500 تقييم من مئات الأصدقاء، ومعظمهم لديه مدونة للشعر على ماي سبيس. بعضهم مثل لاري كولينLarry Kuechlin نشرت "كتيبات" من أشعارها – كتب حقيقية من الورق- يمكن شراؤها من أمازون.

في يناير 2009، أخذ لانس وعدد من زملائه الشعراء في ماي سبيس خطوة أخرى من ماي سبيس إلى فضاء الواقع، أو من عالم أحدث وسائل الإعلام الجديدة

إلى عالم وسائل الإعلام القديمة في العالم بأسره. أعلنوا إنشاء صحيفة NeoPoiesis، التي كان الغرض منها جذب اهتمام العالم إلى الشعر وغيره من الأعمال الكتابية والفنية المعبرة عن قدرة ورؤية المشهد الرقمي الجديد (NeoPoiesis، 2009)، ومنذ ذلك الحين نشروا 14 كتاباً ورقياً في الشعر، وكتابين في القصة (بما في ذلك رواية روبرت بليكمان Robert K. Blechman المكتوبة بطريقة تويتر في عام 2012، والمذكورة في الفصل الثالث من هذا الكتاب)، وكتيب غير قصصي -خليط بين وسائل الإعلام الجديدة والقديمة، والتي تجسد عددا متزايدا من أنشطة وسائل الإعلام الجديدة.

النمط العام هو: (1) تبرز أحدث وسائل الإعلام الجديدة كبدائل لوسائل الإعلام الجديدة والقديمة، كما فعلت المدونات بالنسبة إلى الصحف المطبوعة والمنشورة على شبكة الإنترنت، وكما فعل يوتيوب بالنسبة إلى التلفزيون، وكما فعلت ويكيبيديا بالنسبة إلى الموسوعات المطبوعة، وهكذا. (2) تنشيء أحدث وسائل الإعلام الجديدة المجموعات، والشركات، والمنتجات التي تعود إلى وسائل الإعلام القديمة، والعالم غير المتصل بالانترنت، وتحقق النجاح فيها، كما فعل تاكر ماكس عندما وضع تدويناته في كتاب حقق الأكثر مبيعا (2006)، وهو ما فعلته يوتيوب بتزايد بث فيديوهاتها في نشرات الأخبار وتلفزيون الكابل، وما تفعله صحيفة نيو بويسيس NeoPoiesis بكتبها في الشعر، والقصة، والمنح الدراسية.

ننتقل الآن إلى فهارس الأخبار على الانترنت، والتي كان لها تأثير كبير على الانتخابات الأميركية في عام 2008، والآن تساعد في الحصول على الأخبار عن احتجاج احتلوا وول ستريت والانتخابات الامريكية عام 2012.

ديج Digg ورديت Reddit

إذا اعتبرنا ويكيبيديا موسوعة على الانترنت، ومع ذلك تُستخدم أيضا كصحيفة على الانترنت، فإن موقع ديج اعتبره مصمميه كيفن روزKevin Rose، وأوين بيرنOwen Byrne، ورون جورديزكي Ron Gorodetzky، وجاي أديلسونJayAdelson في عام 2004 فهرسا لجميع الأخبار المنشورة على شبكة الإنترنت، لكنه سرعان ما أصبح بمثابة خلاصة محدثة للأخبار، أو صحيفة من

الصحف المنشورة على الانترنـت. جنبـا إلى جنـب مـع موقـع رديـت Reddi، الـذي أسسـه سـتيف هوفمان Steve Huffman والكسيس أوهانيان Alexis Ohanian في عـام 2006، وإلى جانـب مـالا يقل عن نصف دزينة من خدمات القوائم الإخبارية على الإنترنت(مثل باز فيـد BuzzFeed، وفـارك Fark ، وستامبل أبون StumbleUpon)، والمقالات التي تظهر في Digg منشورة في مكان آخر عـلى الانترنت ويختارها - في حالة ديج القراء "Dugg" كي تظهـر عـلى صـفحة الموقـع الرئيسـية، وفي أوج ازدهاره كان ديج الأكبر والأكثر تأثيرا في هذه المواقـع – احتـل المرتبـة 32 ضـمن أفضـل 100 موقـع أمريكي وفقاً لتصنيف أليكسا في يونيو 2008، وانخفض ترتيب الموقع إلى رقـم 272 في فبرايـر 2009، وارتفع إلى رقم 179 في يناير 2012، ولكن خلف رديت الذي أصـبح في الترتيـب 114، متجـاوزاً ديـج للمرة الأولى.

كما ذكر موقع أخبار CNET في مايو 2008، "مع اقـتراب انتخابـات 2008 الرئاسـية، اشـتهر ديج بين مجموعة أخرى واضحة جداً من مدمني الأخبار: وساعد الحشد السياسي على زيـادة أعـداد مستخدمي الموقع بالتأكيد، يحصل ديج الآن على 230 مليون مشاهدة صـفحة شـهرياً، و26 مليـون زائر متفرد، و15 ألف موضوع مقدم يومياً" (ماكـارثي، 2008)، انتخابـات 2012 الرئاسـية الأمريكيـة هي بداية أن يكون لموقع رديت نفس التأثير الحميد.

ومن المرجح إن رديت أحرز موقع متفوق على ديج لأن رديت أصبح موقع أخبار رئيسي عن تغطية احتجاجات احتلـوا وول سـتريت في خريـف عـام 2011، مـن خـلال تقسـيم "رديـت فرعـي" مكرس تماما لنشر روابط لموضوعات وتغريـدات مثـل عنـاوين صـحفية حـول تطـورات احتجاجـات احتلوا وول ستريت. كما انضم رديت أيضا إلى ويكيبيديا في اغلاق خدماته لمدة يوم واحـد احتجاجـا على قانون وقف القرصنة على الانترنت (SOPA) في يناير2012، وسرعان ما وضعت نسخ مشـاريع القانون التي أهدها مجلسي النواب والشيوخ على الرف. (دعمت اغلاق رديت لكن شـعرت بتأنيـب ضمير لوقف خدمة ويكيبيديا، لأنني لم أكـن أريـد أن تصـبح الموسـوعة غـير متـوفرة عـلى الإنترنـت للطلاب المحتاجين إلى موادها – راجع ليفينسون "هل ويكيبيديا مخطئة"، 2012).

يعمل كلا من موقع ديج و رديت بنفس الطريقة في الأساس. يمكـن للمسـتخدمين المسـجلين إضافة أي شيء من خلال عنوانه URL – أي منشور مدونة أو مقال صحيفة، أو صـورة، أو فيـديو- على ديج أو رديت، جميع المستخدمين يمكنهم ابراز أو دفن العديد من المنشورات كـما يحلـو لهـم، أو يصوتون لصالح أو ضد موضوع على ريديت. أسماء تلك الأفعـال تعنـي فقـط مـا إذا كـان القـراء اعجبوا بالمنشور مثل: ابرز، والتصويت لصالح؛ بينما ادفن، والتصويت ضد يعني إن القراء لم يعجبوا بالمنشور.

عندما يستقبل منشورا عددا غير معلوم من (ابرز)، وعدد بلا حد أدنى من (ادفـن) (يحـتفظ ديج بخوارزمية ابرز/ادفن سرية)، يصبح المنشور "شعبيا"، ويصل إلى صفحة ديـج الرئيسـية، ونفـس الأمر يحدث مع ريديت.

كما يمكن للمستخدمين التعليق على المنشورات، ويعمل عدد التعليقـات أيضـاً بالنيابـة عـن وصول منشور إلى الصفحة الرئيسية، ويمكـن أن تكـون التعليقـات داعمـة أو منتقـدة لمنشـور، كـما تصبح موضوع تقييم في حد ذاتها ابرز/ادفن أو تصويت مع/ضد، ديج لديه تكامل ممتد مـع تـويتر وفيسبوك، مـع وجـود خيـار ظهـور جميـع أنشـطة المسـتخدم في ديـج عـلى صـفحته الشخصـية في فيسبوك، أما خيارات "مشاركة" رديت فلا تشمل سوى البريد الإلكتروني (حتى يناير 2012).

وبالتالي، بالعودة مرة أخرى لشعار صحيفة نيويورك تايمز "كل الأخبار المناسبة للـنشر"، فـإن ديج ورديت ينشران على صفحتهما الرئيسية كل المنشورات التي يؤيدها قرائهما - على النقيض مـن طريقة صحيفة نيويورك تايمز وجميع وسائل الإعـلام القديمـة سـواء عـلى الإنترنـت أو خارجـه التـي يختار فيها مجموعات صغيرة من المحررين الموضوعات المناسبة للنشر.

ولكن لا يعمل نهج ديج/رديت نفسه بتوافـق كامـل مـع نموذجـه، كـما في حالـة ويكيبيـديا وجميـع أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة الموجهـة بغـير الخـبراء، إذ يتعـرض ديـج ورديـت لإسـاءة الاستخدام أو "التلاعب" من جهة المستخدمين المنتظمين في فريق هدفه توصـيل موضـوعات معينـة إلى الصفحة الرئيسية، بدلا من إقرار ما يرونه يستحق بالفعل.

هذة الإساءة قديمة قدم الديمقراطية نفسها: كلما كانت أي عملية، أو حكومة، أو نشر مفتوحا لإرادة الشعب، كلما كان أكثر عرضة لاستخدام مجموعات صغيرة من الأشخاص آليات الديمقراطية لجعل العملية تتم في صالحهم. في الحكومة، نسمي هذة العملية "الضغط"، وفي أحدث وسائل الإعلام الجديدة، بما في ذلك ديج و رديت نسميها "تلاعب". في القسم التالي ندرس بعض تقنيات الدمقرطة في ديج ورديت، وكيف يستخدمهم "المتلاعبين"، وما التأثير الممكن لكل من الدمقرطة والتلاعب على العالم بأسره.

الصراخ، والدفع للابراز (والدفن)

من حيث المبدأ، من المفترض أن تتم ترقية أو تخفيض الموضوعات في ديج ورديت وفقا لتقييم كل قارئ بمفرده ، بينما في الممارسة العملية، كثيرا ما كانت الترقية(الابراز) أو التخفيض(الدفن) تتمان عبر حملات مدروسة من القراء، كما في حالة مشكلة "دمى اللحم" في ويكيبيديا (دمى القفاز غير أخلاقية دائما)، تظل دائما التساؤلات حول مدى صحة مثل هذه الترويجات المرغوبة من الإبراز والدفن: هل الشخص الذي قام بهذا الترويج (ابرز/ادفن) انتقل من تلقاء نفسه لترويج الموضوع؟ هل الحقيقة المجردة هي إن الترويج سواء إبراز أو دفن يحدث بعد تلقى الموقع حثا كافيا لإبطال الابراز أو الدفن؟

لم يكن ديج نفسه متسقا في رده على طلبات الابراز والدفن، وسمحت ميزة قوية على ديج خلال الفترة 2007-2009 للمستخدمين بـ"نداء" عدد من الاصدقاء حتى 200 "صديق". مثل هذة النداءات يمكن أن تشجع أفعال الابراز والدفن. (كان تشجيع الابراز أسهل قليلا، لأن الوضع الافتراضي للنداء هو "التشارك". للتعبير عن الدفن، كان على الصارخين إرفاق مذكرة موجزة تحث على الدفن)، أوقف ديج عمل ميزة النداء في مايو 2009، وشجع المستخدمين مواصلة النداء على موضوعات ديج على تويتر و فيسبوك ، عن طريق أزرار مقدمة على صفحات ديج في (ميليانMilian، 2009) .

بالنسبة لإدارة ديج وقتها، لم تكن خاصية "النداء" أو التشارك غير الرسمي، وترويج موضوعات ديج على تويتر وفيسبوك، ولكن الحملات المدروسة داخل وخارج

النظام لابراز أو دفن موضوعات، بما في ذلك الحملات الداعية إلى تقديم عدد ما من ضغطات [ابرز] نظيرا دولار أو أكثر لكل ضغطة [ابرز] (Newitz،2007)، وقد يلجأ مدون لاستخدام هذه الحملة ليس من أجل الحصول على المزيد من القراء فحسب، ولكن من أجل عائدات الإعلانات التي تستطيع تحقيقها مدونة ممولة بعدد أكبر من القراء.

و كانت الأعداد كبيرة. فمن ضمن 10 موضوعات كتبتها ونشرتها على مدونتي التي أصبحت "شعبية" في Digg في الفترة 2007-2008 (على PaulLevinson.net، والتي اندمجت لاحقا مع مدونة تراجع لانهائي)، بلغ أقل عدد من القراء الإضافيين المنجذبين لمدونتي 15 ألف وأكبر عدد وصل إلى 50 ألف. ولكن من حيث مبيعات الكتب والدخل الإعلاني المتحقق من هذا العدد من الزوار، فإن وجود مواد تحقق لها "شعبية" على ديج لا تولد ما يكفي من الدخل للاعتماد عليه، ولن يكن كافيا حتى لشراء ترويج من علامات (الابراز) (بافتراض إن الحد الأدنى لعدد 150 علامة ابرز هو دولار لكل علامة لوصول المادة إلى صفحة ديج الرئيسية، إلا أن معظم تلك المواد ستكون قد حصلت بالفعل آنذاك على مالا يقل عن 200 إلى 300 علامة ابرز كي تصل إلى الصفحة الرئيسية).

ولكن ديج هو بأي حال من الأحوال ضد ترويج موضوعات ديج خارج موقع ديج. إنه يوفر مجموعة متنوعة من "الأزرار" وتطبيقات الويدجيت widgets التي يمكن أن يضعها المدونين مباشرةً على مواقعهم، مما يسهل للقاريء ابراز موضوع من المدونة مباشرةً. وموقع رديت يفعل نفس الشيء أيضا. بعض المدونات مثل هافينجتون بوست وBlogcritics.com كان لديها منذ فترة طويلة تطبيق ويدجيت يوضح أيا من موضوعاتها في مركز متقدم على موقعي ديج ورديت في أي لحظة.

وكانت السطور السفلى الأخلاقية، وقتها، لترويج الموضوعات على ديج Digg هي: الموضوعات المروجة على مواقع الانترنت التي تظهر عليها الموضوعات والموضوعات المروجة (والمقيمة سلبا) من قِبَل "الأصدقاء" على ديج Digg أمراً جيداً، أما القصص المروجة سلباً أو إيجابا من قِبَل جماعات خارج ديج، وخاصة إذا كان ذلك الترويج مقابل مال فليست جيدة. وبطبيعة الحال، فإن الحسابات المزيفة من

من أجل ابراز أو دفن الموضوعات على ديج هي ممارسة غير مسموح بها –كما في ويكيبيديا- ولكنها تحدث حتى يتم كشفها (راجع سليم Saleem، 2006، وسليم Saleem، "تخريب تجربة ديج "، 2007، لتحليلات وتحذيرات حول التلاعب بديج).

أو كما يذكر ديج في "شروط الاستخدام" المنشورة (2011) : ديج ليس للاستخدام "بهدف التضخيم المصطنع أو تغيير "عدد الابرارزات، والتدوينات، والتعليقات، أو أي خدمة ديج أخرى، بما في ذلك عن طريق إنشاء حسابات منفصلة لمستخدم بغرض التغيير المصطنع لخدمات ديج، أو لمنح أو تلقي أموال أو أي مكافأة أخرى في مقابل الأصوات؛ أو المشاركة في أي جهد منظم آخر بأي شكل من الأشكال من شأنه أن يغير بشكل مصطنع من نتائج خدمات ديج"، وتستخدم شروط الخدمة في رديت لغة مماثلة. ولكن رغم كل هذا الاهتمام بصحة الخدمة المقدمة، فما أثرها في العالم الحقيقي غير الرقمي؟

رون بول Ron Paul مقابل باراك أوباما Barack Obama على ديج Digg

كانت الموضوعات عن رون بول، المنافس الجمهوري في الحملة الرئاسية الأولية في الفترة 2007-2008 (وكذلك في 2011-2012) تحظى بشعبية هائلة في Digg، وذكر موقع CNET الإخباري في أغسطس 2007 إنه مذكور "ما يقرب من 160 ألف على Digg.com، أي أكثر من الأربعة مرشحيين التاليين الأكثر شعبية مجتمعين" (ماكلاه McCullagh، 2007)، ولكنه ذكر أيضا إن "أرقام استطلاع بول منحته أقل من 2 في المئة من الأصوات بين المرشحين الجمهوريين" ،و في الواقع ، حصل رون بول على أقل من 5 في المئة من الأصوات في الانتخابات التمهيدية الجمهورية في معظم الولايات في عام 2008، كما حظيت الموضوعات حول باراك أوباما بشعبية كبيرة في Digg أيضاً - رغم إن أرقامه على ديج لم تكن بنجاح رون بول خلال التمهيدية. لماذا نجح أوباما في السياسة الحقيقة خارج الإنترنت، بينما لم ينجح رون بول؟

التفسير السهل لتضخم نجاح رون بول على Digg، بينما لم يحدث ذلك لأوباما، ليس صحيحا على الأرجح لأنه رغم من إن ليس لدينا معرفة مثبتة يمكن

الاعتماد عليها حول ما إذا كان مؤيدو كلا المرشحين قد شجعوا مرشحهم على Digg فلا يوجد سبب للاعتقاد إن مؤيدي رون بول فعلوا أي شيء أكثر أو مختلف عن مؤيدي أوباما .

لم يجذب الملف الشخصي لرون بول انتباه عام أكبر من أوباما تحديداً على ديج Digg لأن نسبة الاهتمام ببول كانت منخفضة جدا في الاستطلاعات خارج الويب والتصويت الأولي. أولا التبشير والانتقاد من قِبَل مختلف المراقبين مثل "السياسين الهامشيين" الموجودين "على الويب" (شبيجل 2007،Spiegel)، ثم لاحقا تم تناول نجاح رون بول على Digg في تحليلات أكثر جدية قدمها ممارسي وسائل الاعلام الاجتماعية مثل محمد سليم، الذي كتب في يوليو 2007 إنه فوجئ بشعبية رون بول على مواقع وسائل الاعلام الاجتماعية في البداية واعتقد إنها ستكون مثالا حقيقياً على عمل ديمقراطية الانترنت ولكن يعتقد الآن خلاف ذلك، وإن السبب في هذا التغيير في الرأي كان تحليل رون سانسون (2007)، محلل وسائل اعلام اجتماعية آخر، الذي أقنع سليم إن "شعبية بول الواضحة كانت مجرد نتيجة للتلاعب الكبير" على Digg، أو تشجيع مؤيدي رون بول على مختلف المواقع للانضمام إلى ديج والتصويت الإيجابي للموضوعات المنشورة عن رون بول، وأشار سليم لاحقا (نوفمبر 2007) إلى أن "الموضوعات المنشورة عن رون بول يمكنها أن تحصل على أكثر من 100 تصويت في الساعة الآن" بسبب إن خاصية "النداء" التي أضافها ديج فاقمت من هذه المشكلة.

ولكن مؤيدو رون بول ردوا خلال عام 2007 إنه، على النقيض، كان من المفترض أن تظهر مزيد من الموضوعات عن مرشحهم على الصفحة الرئيسية في ديج، ولكنها لم تظهر بسبب ضربها من المعارضين لرون "فرقة الدفن" (جونزJones، 2007). ونشرت وسائل الإعلام الرئيسية على الانترنت مثل Wired.com عن "فرق الدفن" الممكنة، أو الجهود المنظمة للتصويت السلبي على مجموعة متنوعة من المقالات المنشورة على Digg (ليس فقط المنشورة عن رون بول) لعدة أشهر (كوهين، 2007)، ومن الطريف قدم سليم ،وبقدر ما رون بول، لقطات من الشاشة "دليلا" على عمل "فرق الدفن" قبل عدة أشهر(فبراير2007)، واستنتج إن رغم "من المفترض أن

تستخدم خاصية (ادفن) لإزالة المحتوى الزائد أو غير ذي الصلة من ديج، فإن كثيرا ما يسئ المستخدمون الضارون استخدام الخاصية لإزالة محتوى مفيد من أجل خدمة مصالح ذاتية وأسباب الرغبة في الانتقام".

من جهته كان أوباما معروفاً في وقت مبكر وعلى مدار منافسات الفترة 2007-2008 مثل غيره من مرشحي الإنترنت (ستيرلاند Stirland،2007 ؛ فاندين بلاس VanDenPlas، 2007)، وفي الانتخابات العامة كمرشح حقبة الانترنت (راجع الفصل الرابع والعاشر للمزيد)، ولاحظ أحد المراقبين في نهاية أغسطس 2008 وجود موضوعات متعددة عن أوباما في Digg فضلا عن "وجود أكثر من 2000 تصويت عليهم ومئات التعليقات"(جلادكوفا Gladkova، 2008)، أو أنه أصبح بسهولة في الجزء العلوي من الصفحة الرئيسية، كما ذكرت مقالة في مجلة بيزنس ويك من الوقت نفسه إن "مؤيدو أوباما قد يطلبون منك ابراز مقالة تؤيد أوباما أو تنتقد خصمه"(هوفمان Hoffman،2008)، ولكن المثير للاهتمام، توقف هذه التقارير قليلا عند ادعاء إن مؤيدي أوباما تلاعبوا بالنظام تلاعباً صريحاً، وذكر سكوت فاندين بلاس Scott VanDenPlas ملخصاً تصورا دائما عن نجاح رون بول و باراك أوباما على Digg منذ عام سابق: "يبدو صعود بول مُصنعا أكثر، استنادا إلى تزوير النظم الديمقراطية على شبكة الإنترنت لتعكس نتائج إيجابية لصالح المرشح المؤيد، فمؤيدو أوباما لديهم مزيد من الشعور العضوي بقوة الأرقام" (VanDenPlas، 2007).

ولكن ما هو الفرق بين طلب ابراز مقالة مؤيدة لأوباما" (هوفمان، 2008) وبين "التلاعب" في ديج لصالح رون بول (سانسون Sansone، 2007)؟ كبديل لتفسير إن "رون بول تلاعب بالنظام وأوباما لم يفعل" لشرح لماذا تحمل الظهور المميز لرون بول على Digg مثل هذه النتائج الهزيلة في الانتخابات التمهيدية في حين ارتبط الظهور المميز لأوباما على Digg بحصوله على ترشيح الحزب الديمقراطي واستمر حتى الفوز في الانتخابات العامة عام 2008، اسمحوا لي تقديم فرضية هي إنه لا توجد علاقة بين الأخلاقيات وبين صدق ولاء مؤيدو بول وأوباما من مستخدمي ديج، ولكن العلاقة مع أعمارهم.

يجب أن يكون عمر المستخدمين 13 عاما كي يتمكن من التسجيل في ديج Digg، ولابـد مـن التسجيل من أجل التصويت لصالح أو ضد المقـالات، ابـرز أو ادفـن، والتعليـق عليهـا، وغيرهـا مـن الخدمات، ومع ذلك لا تتطلب عملية التسجيل أي دليل لتأكيد العمر، لـذا يوجـد افـتراض آمـن إن الأطفال الذين تقل أعمارهم عن 13 عاما يمكنهم التصويت لصـالح مقـالات في الفـترة 2007-2008، ولكن حتى لو تم احترام شرط بلوغ 13 عاما بنسبة 100 في المئة، فإن هذا من شأنه أن يترك خمـس سنوات من الأشخاص - الذين تتراوح أعمارهم من 13 إلى 17 عاما- ويمكنهم التصويت على المقالات في ديج، ولكن لا يمكنهم التصويت في الانتخابات التمهيدية أو العامة.

هذا التناقض هو على الأرجح أفضل نقطة للبدء في البحث عن أسباب لمـاذا يتفـوق مرشـح سياسي على Digg – يكون لديه قصص مسيطرة على الصفحة الرئيسية -ومع ذلك يفشـل، وبفـارق كبير في الانتخابات الفعلية، وذكر موقع Socialmediatrader.com ذلـك، في تحليـل سريـع في 11 يناير 2008، كان لرون بول العدد الأكبر من الموضوعات الأكثر شعبية على صفحة ديـج الرئيسـية – ما يقرب من 3000 موضوع، ما يزيد بنسبة 50٪ عن أكبر ثان مرشح وهـي هـيلاري كلينتـون التـي يبلغ عدد الموضوعات عنها ما يقرب من 2000 موضوع فقط، بيـنما كـان لـدى المرشـحين الآخـرين أعداد أدنى من هيلاري كلينتون بعدة مئات، وكان رودي جولياني Rudy Giuliani الثالـث، ومايـك جرافل Mike Gravel الرابع، ودينـيس كوسـينيتش الخـامس Dennis Kucinich، ومايـك هاكـابي Mike Huckabee السادس- وجميعهم قبل باراك أوباما الذي كان في المركز السـابع فقـط، ولديـه أقل قليلا من 1500 موضوع على صفحة ديج الرئيسية، في ذلك اليوم. وكان جـون مـاكين في المرتبـة الثامنة، ولديه موضوعات أقل من أوباما بمائة موضوع. كان ذلك بعد ثمانية أيام من انتخابات ايـوا في 3 يناير التي جاء أوباما فيها في المرتبة الأولى للديمقراطيين وهيلاري في الثالثة، بيـنما رون بـول في المركـز الرابـع أو مـا يقـرب مـن منتصـف طريـق الجمهـوريين. في 8 ينـاير 2008، وفي ولايـة نيـو هامبشـاير جائـت كلينتـون في المركـز الأول للـديمقراطيين ومـاكين الأولى للجمهـوريين، ورون

بول الخامس، من الواضح إن نشاط ديج في 11 يناير كان وسيلة توافق بالفعل مع مـا كـان يحـدث في تجمعات ومراكز الاقتراع الأولية، وبالأخص فيما يتعلق برون بول.

هل كان هذا لأن مؤيـدو رون بـول يتلاعبـون بـديج بالفعـل، بيـنما مؤيـدو بـاراك أوبامـا لا يتلاعبون، على الأقل ليس في هذه المرحلة من الانتخابات التمهيدية؟ قد يكون ذلك عـاملا مسـاعدا، ولكـن دعونـا ننظـر إلى التبـاين بـين مجمـل الموضـوعات الموجـودة لـدى كـل شـخص وبـين نتـائج الانتخابات التمهيدية من زاوية أخرى. عملت حملة أوباما بوضوح على "القاعدة الشعبية" جيدا بما يكفي لتحقيق الفوز في ولاية ايوا، وتأتي ولاية نيو هامبشاير في المرتبـة الثانيـة، بيـنما عملـت حملـة رون بول بطريقة سيئة في كلا الولايتين، وهو ما يعني إن حملة أوباما دفعت عـدداً أكـبر بكثـير مـن الأشخاص الذين حضروا اجتماع اللجنة السياسية أو صوتوا ممن في سـن 18 عامـاأو أكـبر، أكـثر مـما فعلت حملة رون بول، ودعونا نفترض إن نسبة مماثلة من ناخبي أوباما وبول - في أي مكان ما بـين 0-100 في المئة- عرفت طريقها إلى Digg، أو كانت موجودة بالفعل على ديـج في وقـت الانتخابـات التمهيدية، فإن التفسير البديل لتلاعب مؤيدي بول هو إنـه بالإضـافة إلى ممـن في سـن 18 عامـا أو أكبر من المؤيدين، فإن لدى رون بول أيضا عدد كبير من المؤيدين على Digg تـتراوح أعمارهـم مـن 13 إلى 17عاما، أو حتى ربما أصغر سنا، وبسببهم ارتفعت موضـوعات بـول جـدا عـلى صـفحة ديـج الرئيسية.

ولكن كيف إن باراك أوباما، المرشح المعروف على نطاق واسع بإنه مرشـح "الشـباب"، كـما رأينا في الفصل الرابع عن يوتيوب (راجـع فيرتهـايمر Wertheimer، 2008 ؛ بـيرد Baird،2008)، لم يجتذب أعدادا كبـيرة مـن المؤيـدين ممـن في سـن 13 -17 عامـا عـلى Digg؟ الجـواب، الـذي أود اقتراحه، هو أن حملة أوباما ركزت بحكمـة عـلى الأشـخاص الـذين تـتراوح أعمارهـم بـين 18 و30 عامـا، ممـن يمكـنهم الخـروج والتجمـع أو التصـويت، بيـنما لم يكـن لحملـة رون بـول أي عمليـة قاعدة شعبية مكافئة، وفعلت أفضل ما لديها للترويج واسع النطاق عـلى شـبكة الإنترنـت، والتـي تصـل إلى النـاس دون سـن 18 عامـا بـنفس سـهولة وصـولها لمـن أهـم أكـبر مـن هـذه السـن

التصويتية، وكانت حملة أوباما في الفترة 2007-2008 على الإنترنـت، أو بعبـارة أخـرى، مبنيـة عـلى أساس حملة شخصية قوية موجهة إلى الناخبين المحتملين وفي شراكة معهم، بينما بـدأت حملـة رون بول على الإنترنت ولم تتخطاها أبدا.

لا توجد إحصاءات علمية عن أعمار مستخدمي ديج، ولكن ذكر اسـتطلاع في سـبتمبر 2006 إن 5 في المئـة مـن مسـتخدمي ديـج تـتراوح أعمارهـم بـين 13 و 16عامـا و 22 في المائـة تـتراوح أعمارهم 17-20 عاما، و28 في المائة تـتراوح أعمارهـم 21-24 عامـا، و20 في المائـة تـتراوح أعمارهـم 25-28 عاما، وهكذا (أيرونيـك بنتميـتر Ironic Pentameter، 2006)، وهـو مـا يشـير بالتأكيـد إلى الميل نحو المستخدمين الأصغر سنا، ونسبة كبيرة (أكثر من 5 ، وأقل من 27 في المئة) من مسـتخدمي ديج دون سن 18 عاما، ويوجد انطباع آخر منشور على نطاق واسع (على الأقل من حيث العمـر أو التطور العقلي) هـو "إن متوسـط عمـر مسـتخدمي ديـج حـوالي 15 عامـا" (مـاكبيش MacBeach، 2008).

وبالتالي أعتقد إن هناك سببا كافيـا للاسـتنتاج إن بـدلا مـن تـأثير "التلاعـب"، أو عـلى الأقـل العامل الأكثر أهمية، هو إن مؤيدي رون بول ممن تحت سن التصويت على ديج تسببوا في نجاحـه عـلى Digg وفشـله في الانتخابـات، بيـنما ركـزت حملـة أوبامـا منـذ البدايـة عـلى الشـباب في سـن التصويت، الذين ساعدوا في دفعه في النهائيات الأولى والثانيـة في الانتخابـات التمهيديـة، وفي نهايـة المطاف إلى موضع على Digg قوي مثل رون بول تقريبا، وأخيراً إلى فوز ثوري في الانتخابات العامـة، وفي المقابل لم يـنجح رون بـول قـط خـارج ديـج والإنترنـت في الفـترة 2007-2008؛ حيـث انهـزم في الانتخابات التمهيدية ليس بسبب فشل ترجمـة التلاعـب في Digg إلى أصـوات؛ ولكـن لأن التركيـب الديموجرافي على ديج ليس لديه ارتباط كاف بالتركيبة الديموجرافية للناخبين الأميركيين.

إن رون بول سيفعل ما هو أفضل من ذلـك بكثـير في الانتخابـات التمهيديـة للجمهوريين في عام 2012، بحصوله على نسب مئوية ممن في سن المراهقة أو أعلى في بعض الانتخابات التمهيدية والمؤتمرات الحزبية على النقيض من نسبة الأربعة في المئة أو الأقل التي حصل عليها في عام 2008، وكان ذلـك بسـبب، أو عـلى الأقـل في

جزء منه على الأرجح، إن بعض مؤيديه في Digg الذين كانوا دون السن القانونية للاقتراع في عام 2008 كبروا وبلغوا سن الاقتراع بحلول عام 2012، ومن المفارقات، إن ديج نفسه كان عاملا أقل أهمية بكثير في عام 2012 عما كان عليه في الانتخابات الرئاسية لعام 2008، ولكن وسائل الإعلام القديمة، والتي تعمل في علاقة تكافلية مع أحدث وسائل الإعلام الجديدة بالنسبة للسياسة والانتخابات، لعبت دورا بارزا في كلا حملتي رون بول.

رون بول و وسائل الإعلام الأقدم

برز التلاعب الممكن من مؤيدي رون بول في الفترة 2007-2008 ، واحتمال صغر سنهم في قصة مماثلة خارج ديج Digg ، في وسيلة التليفزيون القديمة، وتغطيتها للحملات والنقاشات الأولية.

أهملت محطة تليفزيون ABC أن تذكر على الأقل في مناسبة واحدة على الأقل إن رون بول جاء في المرتبة الأولى في استطلاعها الذي بعد النقاش. وأزالت تعليقات مؤيدي رون بول من على لوحتها على الانترنت، ثم أغلقتها بعد ذلك، كما أظهرت ABC مؤيد وحيد لرون بول مؤيد قبل استطلاع أيوا في عام2007، على النقيض من الحشود الكبيرة لميت رومني، بينما كان لدى رون بول في الواقع حشود كبيرة من المؤيدين أيضا (راجع ليفينسون، "تقييم شبكات الأخبار"، 2007، للاطلاع على ملخص لهذا، وقصور الشبكات الأخرى في تغطيتها عن رون بول، مع وصلات). كما أزالت محطة CNBC استطلاع بعد النقاش الذي فاز فيه رون بول (وستلرWastler، 2007، وراجع أيضا ليفينسون، "رسالة مفتوحة إلى"CNBC، 2007)، كما شوة شون هانيتي Sean Hannity المركز الأول لرون بول في استطلاع بعد نقاش آخر على شبكة فوكس، و نظرا لتكرار اتصال عدد قليل من المؤيدين، وعلى النقيض من ألان كولمز Alan Colmes ، الذي أصر على إذاعة نتيجة المركز الأول لرون بول من دون لف ودوران (هانيتي و كولمز ، 2007 ، وراجع أيضا ليفينسون، "هانيتي وكولمز سبليت"، 2007).

على الرغم من إن معلقين مثل لورانس أودونيل Lawrence O'Donnell في محطة MSNBC استمروا في القول إن رون بول لن يحصل ابدا على ترشيح

الحزب الجمهوري 2012 (على سبيل المثال تغطية MSNBC للنتائج الأولية للحزب الجمهوري في ساوث كارولينا في 21 يناير، 2012)، ويختلف هذا النوع من الانتقادات عن ادعاء تلاعب مؤيدي بول بالنظام، أو عن إغفال ذكر فورز رون بول في الاستطلاع، وبشكل عام، كانت التغطية عن رون بول في وسائل الإعلام القديمة في عام 2012 لا تختلف عن لغيره من المرشحين الآخرين. ربما كان المنتجون في وسائل الإعلام القديمة أكثر انسجاما خلال الفترة 2011-2012 مع حقيقة إن نجاح رون بول على الانترنت في الفترة 2007-2008 كانت حقيقة في الغالب، وليس متلاعبا فيها.

وكانت وسائل الإعلام القديمة حتى خلال الفترة 2007-2008 تدخر مثل هذه المعاملة الرافضة لأوباما عموماً، حيث استهان مذيع محطة MSNBC تشاك تود Chuck Toddمن نجاح أوباما في استطلاعات الرأي المهنية التي أجرتها المحطة في ذلك الوقت بسبب اتصال مؤيديه على الهواتف المحمولة مرارا وتكرارا في الاستجابة على الاستطلاع (ليفنسون "نتائج استطلاع أوباما مسيئة الآن"، 2007).

ربما أخذ هانيتي Hannity الهواتف المحمولة في الاعتبار، وربما كان على حق هو وتود Todd إن الهواتف المحمولة كانت الوسيلة التي دفعت بول وأوباما إلى الفوز في استطلاعات الرأي عبر الهاتف - ولكن ليس بسبب تكرار الاتصال أو إن عدد قليل من المؤيدين أعادوا التصويت عبر الهاتف عدة مرات، ففي النهاية المؤيدون الذي يبلغون من العمر 15 عاما ولا يستطيعون التصويت في الانتخابات التمهيدية؛ يمكنهم التصويت عبر الهاتف المحمول في الاستطلاع بنفس سهولة تصويت المؤيدين الذين يبلغون 25 عاما، ورغم إنني لن احتسب التصويت المتكرر لأي من المؤيدين السابقين لأي مرشح في الاستطلاعات، فمن الواضح إن ذلك لم يكن ممكنا مع استطلاع الرسائل النصية الذي أجرته محطة فوكس في 22 أكتوبر 2007 - حاولت التصويت مرتين، كاختبار لمعرفة ما قد يحدث، ولم يتم احتساب تصويتي الثاني، وبالطبع كان يمكنني التصويت عبر أرقام هاتف أخرى أو الاتصال بأصدقائي وطلب التصويت لصالح مرشحي عبر هواتفهم المحمولة، ولكن تفسير نجاح رون بول في استطلاعات الهاتف قد يكون إلى حد كبير هو نفس تفسير نجاحه في Digg:

بعض الألعاب والتلاعب بلا شك ، ولكن اتصال وتصويت من هم أصغر سنا من سن التصويت الحقيقي هو عامل هام أيضاً، لأن نجاح أوباما في انتخابات 2008 كما في الانتخابات التمهيدية واستطلاعات الرأي التليفزيونية، فإن نجاحه في الاستطلاعات عبر الهاتف لا يتطلب أي تفسير آخر، رغم إنه من المرجح إن مؤيديه ممن تحت سن الاقتراع قد أدلوا بأصواتهم عبر الهاتف أيضا.

رديت Reddit في العالم الحقيقي وعلى الشاشة الكبيرة

كان لرديت تأثيرها المتزايد على السياسة في العالم الحقيقي، حيث جذب التقسيم الفرعي "subReddit" الذي خصصه الموقع لتغطية أخبار مظاهرات احتلوا وول ستريت أكثر من 30 ألف قارئ حتى أول يناير 2012، وضم روابط لعشرات المواقع الأخرى عن احتجاجات احتلوا وول ستريت خارج رديت، ومئات الروابط الجديدة يوميا على صفحاتها الرئيسية، مما أدى إلى أن يصبح التقسيم الفرعي subReddit بمثابة مركز عبر الإنترنت للتقارير عن الأحداث والأخبار المتعلقة باحتجاجات احتلوا وول ستريت.

يمكن اعتبار احتجاجات احتلوا وول ستريت إحياء للديمقراطية المباشرة، كما وضحنا هذا الكتاب سابقا، وسيتم استكشافه بمزيد من التفصيل في الفصل الختامي. ولكن رديت كان له تأثير مباشر أيضاً على عمل الديمقراطية التمثيلية في الولايات المتحدة.

في يناير 2012، صوت قراء رديت على الصفحة الرئيسية لصالح عريضة إلكترونية في الواقع لجمع أموال لممثل خصم بول ريان في انتخابات عام 2012، والسبب : غموض موقف ريان من قانون وقف القرصنة على الانترنت، والنتيجة: خرج ريان سريعا ببيان مؤكدا فيه إنه لا يؤيد مشروع القانون (وهو ما أدى إلى وضعه على الرف لاحقا)، وفي الشهر السابق، صوَّت قراء رديت لصالح عريضة لها أهداف مماثلة – لحث الأشخاص على إلغاء حساباتهم على موقع GoDaddy، كرفض لدعم موقع GoDaddy لمشروع القانون، وكانت النتيجة هي نفسها: تخلى الموقع عن دعمه لمشروع القانون ، يبيع موقع GoDaddy أسماء نطاقات على شبكة الإنترنت، مثل كما InfiniteRegress.tv وPaulLevinson.net ، وبالتالي نجاح رديت مع

كلا من GoDaddy.com و بول ريان يوضح تأثيره في كلا العالمين داخل الانترنت، وخارجها.

وتتحول سلسلة من التعليقات لأحد المستخدمين على رديت إلى فيلم، إذ تساءل جيمس إروين James Erwin على رديت، "هل يمكنني تدمير الإمبراطورية الرومانية بأكملها في عهد أوغسطس إذا سافرت إلى الوراء في الوقت المناسب مع كتيبة من مشاة البحرية الأمريكية الحديثة؟" راقت الفكرة إلى شركة الانتاج السينمائي وارنر براذرزWarner Brothers، وحولوها إلى فيلم خيال علمي تاريخي بعنوان "روما، روما الحلوة Rome, Sweet Rome" (كوتسCouts،2011) -وبالاستمرار في التقليد الجديد من اتخاذ أحدث وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للأفلام والبرامج التلفزيونية، بما في ذلك فيلم جولي وجوليا (2009)، والمعتمد في جزء منه على مدونة جولي باول Julie Powell، وبرنامج محطة سي بي إس CBS-TV قصير الأجل 2010-2011 "$ # *! والدي يقول" المتند إلى تغريدات جوستين هالبيرن Justin Halpern "خرا! والدي يقول"، والتي كانت أساسا أيضا لأحد أكثر الكتب مبيعا بعنوان " خـ*ا ! والدي يقول". (وتمثل الثلاثة عناوين المختلفة نفسها دراسة في حرية التعبير في وسائل إعلام القرن الحادي والعشرين، مع ملاحظة إن أحدث وسائل الإعلام الجديدة هي الأكثر حرية، والتلفزيون هو الأقل، بسبب الخوف من المعلن واعتراض لجنة الاتصالات الفيدرالية).

كما استخدم مستخدمو رديت الموقع أيضاً من أجل دعم قضية على الإنترنت قريبة جداً من قلوبهم واهتمامهم : رديت نفسها، حيث حصل موضوع منشور على الصفحة الأولى في رديت في 25 ديسمبر 2008، ضمن أعلى 20 موضوع على 3378 صوتا لصالحه و 1170 صوتا ضده ، أي صافي "النقاط" التي حصل عليها 2258 "نقطة"، بالإضافة إلى 843 تعليق، وكان بعنوان "إذن مَنْ هنا أيضا ترك ديج Digg من أجل رديتReddit؟ "(ILeftDiggforReddit، 2008). وكان جوهر التعليقات إن ديج كان فظيعا ورديت رائعا، وإن رديت دفن ديج بالفعل أو سيدفنه قريبا.

أول تعليق عرض تاريخا لتجربة ذلك المستخدم بدايةً من Digg، ثم

استخدام كل ديج ورديت، وأخيرا اسقراره على رديت فقـط، وشـكا المعلـق مـن الحاجـة إلى حشـد عدد كبير من "الأصدقاء" في Digg لكي تصل بموضوع إلى الصفحة الرئيسـية، ولاحـظ التعليـق الثـاني إن رديت للأذكياء أما ديج فيستخدمه غير الموهوبين.

ولكن ترتيب رديت الذي كان أسوأ بكثير على أليكسا Alexa ، وبلـغ 5122، بالمقارنـة بموقـع ديج Digg وبلغ 294، في ديسمبر 2008 حتى قصة مختلفـة آنـذاك، وبعـد ثـلاث سـنوات، أصـبحت تعليقات 2008 في عالم الغيب، ورديت في المركز 115 وديج في المركز 189 على أليكسا. (ولكن راجـع روكر، 2012، لمعرفة المزيد عن مزاعم إن ديج يمكن أن يرتفع مرة أخرى في عام 2012.)

لكن قدم رديت بعد ذلك تكاملا ناجحا آخرا بين العالمين الرقمي والمادي الحقيقي، وهـو مـا أصبح السمة المميزة لأحدث وسائل الإعلام الجديدة باضطراد، مثل هذا التكامل كـان أقـل بكثـير في عام 2008، عندما كان نجاح رون بول في Digg ليس له انعكاس في العالم الحقيقي، وكان فورسكوير قد خرج إلى حيز الوجود للتو.

في الجـزء التـالي، سـندرس إحـدى أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة غارقـة تمامـاً في عـالم التكنولوجيا الرقمية، وباتصالات قليلة مع عدد قليل حاليا اتصالات، وقـد تعكـس أهميتهـا الضـئيلة منذ عام 2008 التقارب المتزايد بين العوالم الرقمية والمادية في عصرنا.

سكند لايفsecond life

كان الجو باردا و السماء تمطر في مدينة نيويورك ، في وقت مبكر من مساء أحـد أيـام الأحـد في ديسمبر 2007، وكنت أقرأ من روايتي مؤامرة لإنقاذ سقراط لجمهور دولي – أشخاص من رومانيا وأماكن غيرها عبر البحار، فضلا عن الولايات المتحدة – ولم تضربنـي قطـرة مطـر حيـث سـافرت إلى القراءة، لأنني لم أفعل ذلك في هذا العالم، ولكن في حياة ثانية Second Life.

في سـكندلايف، لا تقـرأ الشخصـيات الجرافيكيـة المجسـدة avatars إلى الجمهور من كتبها بصوت عال فقط، إنمـا تفعـل كثـيراً مـما نفعلـه اعتياديـاً في حياتنا المادية؛ تقص شعرها عنـد الحـلاق، وتشـتري الملابـس والأراضي، وتـرقص،

وتمارس الحب، وتفعل كل أنواع الأعمال التجارية، وتدير المحلات التجارية، كنت قد فتحت للتو محلا "افتراضياً" لبيع الكتب، في جزيرة الكتب في سكند لايف باسم "محل كتب الحافة الناعمة"، وكنت ادفع إيجاري بعملة "الليندن دولار Linden dollars "، والذي كان يُشترى بدولارات أمريكية حقيقية، وكانت قيمة الإيجار ما يقرب من 5 دولارات شهرياً. كان متجري تزينه أغلفة كل كتبي – ما يقرب من 15 كتابا- والتي كان يمكن للزوار النقر على الأغلفة ورؤية مقالات نقدية حول الكتب ، فضلا عن وصلات يمكن من خلالها قراءة المزيد عن الكتب وشرائها في الحياة الواقعية من موقع أمازون، قدمت قراءتي أمام حشد من ما يقرب من 40 شخصية مجسدة كانت تقف أمام المكتبة مباشرةً، وجلست شخصيتي المجسدة على كرسي هزاز في شرفة المكتبة، كانت مكتبة لطيفة من الطراز القديم في عالم لم يكن ممكناً أن يكون موجوداً عندما كانت مثل هذه المكتبات في الشوارع الرئيسية لمدننا الصغيرة.

منذ ذلك الوقت أغلقت مكتبتي- لم أعد قادرا على تخصيص وقت للاعتناء بها- ولكن لو لم تزل مفتوحة، فليس لدي أدنى شك إن غلاف هذا الكتاب كان سيكون على أحد جدرانها. (راجع كريمر Kremer، 2008، للاطلاع على موجز عن المؤلفين الذين قدموا قراءات، وأنشئوا مكاتب ومكتبات ثنائية الأبعاد، وقاموا بأنشطة كتابية مهنية أخرى في سكندلايف).

كل شيء في الحياة له سوابق، ولا تختلف سكندلايف في ذلك، كان الناس يدردشون على شبكة الإنترنت لعقود - قبل أن يتحدث أي شخص عن وسائل الإعلام الجديدة، ناهيك عن أحدث وسائل الإعلام الجديدة - منذ نظامميناتل Minitel الفرنسي في الثمانينات (ليفنسون، 1997)، ولا تزال كتابة الرسائل النصية ضرورية للتواصل في سكندلايف، مثل التغريدات بالنسبة لمعظم أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ولكن أضافت سكندلايف قدرات الدردشة الصوتية في عام 2007، ويمكنك العثور على مُجسَد للرقص معه، وحدد السيناريو - فيمكنك رقص الفالس أو على موسيقى البوب أو أيا ما كان - وتدردش إما عن طريق النص أو الصوت، وتشاهد مُجسَدَك يرقص على الشاشة.

يستخدم سكان سكندلايف ليندن دولار لشراء الأرض ، والأشياء، والجلد ،

والسيناريوهات التي تحرك الشخصيات المجسدة، دولار ليندن (سُميت باسم ليندن لابس Linden Labs، التي صنعت سكندلايف تحت إشراف فيليب روزديل Philip Rosedale في عام 2003 ، وتواصل تطويرها وإدارة مجتمع يبلغ نحو مليون مُجسَد حتى عام 2011)، الذي يمكن شراؤه بالدولارات الحقيقية، عن طريق بطاقات باي بال المدفوعة مسبقا PayPal، أوكسبها من سكان سكندلايف الآخرين، وفي ديسمبر 2008 ، كان الدولار أمريكي يشتري حوالي 250 (ليندن) دولار (وصولا إلى حوالي 200 دولار ليندن اعتبارا من يناير 2012)، قررت جعل كتبي متوفرة للشراء من على الأمازون فقط مقابل الدولار الأمريكي، لأنني من ناحية كنت مهتما بربط سكندلايف/ الحياة الواقعية – مدى نفاذ الحدود بين العالمين، وكيفية ترجمة النجاح في سكندلايف إلى نجاح في الحياة الحقيقية- ومن ناحية أخرى بسبب إنه من الأفضل للمؤلف أن تُباع كتبه من خلال محال بيع الكتب، ويعود المال إلى الناشر، الذي يتلقى منه المؤلف أرباحه، فبهذه الطريقة يمكنه سداد مستحقاتك، كما يمكن للناشر الشعور بأهمية مبيعات كتابك، وهو ما يصنع طبعات إضافية، وعقود كتب لاحقة على الأرجح.

قبل قرائتي الأولى في محل بيع الكتب في سكندلايف بأسبوع تقريباً قدمت قراءة عصر الأحد كضيف على سلسلة "قابل المؤلف" التي يقدمها أديل وورد Adele Ward في سكندلايف، وكانت هذة القراءة "متلفزة" على الهواء في SLCN.tv -محطة سكندلايف التليفزيونية الكابلية (منذ أعيد تسميتها Treet.tv)- ولكن سرعان ما أصبح متاحا للجميع على شبكة الإنترنت في موقع SLCN.tv (أنا أيضا ضمنت نسخا ومقتطفات من هذا الفيديو على مدونتي، كما نشرت مقتطفات على موقع يوتيوب، راجع ليفنسون ، قراءة من مؤامرة لإنقاذ سقراط ، 2007).

مدى توافر سكندلايف "خارج العالم" - أو على جهاز الكمبيوتر، والهواتف الذكية ، وشاشات الكمبيوتر اللوحي في الحياة الواقعية كما يقول سكانها- هو جزء من التداخل بين سكندلايف وباقي الإنترنت، إن لم يكن العالم خارج الانترنت كما في حالة فورسكوير، كما أجرى معي أيضا استير دي كوير Esther DeCuir حواراً لصحيفة سكندلايف من أجل مقالة عن محلي لبيع الكتب (الحافة الناعمة)،

ومثل مقابلتي مع تليفزيـون سـكندلايف SLCN.tv، كانـت المقالـة لجريـدة السـكندلايف متاحـة للجميع على شبكة الإنترنت، وليس فقط في سكندلايف (دي كيورDeCuir، 2007 ؛ أغلقت صحيفة سكندلايف في عام 2009)، ومثل وصلات كتبي على أمازون، توضح هذة المقالة واللقـاء التليفزيـوني إلى أي مدى عملت سكندلايف (ولا تزال) مع بقية العالم على الإنترنت.

مع ذلك فإن بيع الكتب في محـل بيـع كتـب افـتراضي، لديـه كـراسي وطـاولات وصـور عـلى الجدران، يبدو أكثر مثل بيع الكتب في حفلات توقيع الكتب في محال بيع الكتب الحقيقية أكثر مـن كونه دردشة على صفحة ويب عليها صور أغلفة كتبي. في إحدى الليـالي كـان مُجسـدي يقـف أمـام متجري في سكندلايف، بينما توقف مُجسَد آخر كان مارا لإلقاء نظرة على غلاف كبير لكتاب مـؤامرة لإنقاذ سقراط الذي كان يدور ببطء على سلمة الدَرَج الأولى أمام المحل، وتجاذبنـا أطـراف الحـديث لبضع دقائق عن الكتاب، ثم نقر العميل على رابـط أمـازون واشـترى الكتـاب، وأخبرتـه أيـن يمكنـه الحصول على روايتي عبر البريد – في العالم الحقيقي- إذا كان يريد مني التوقيع عليهـا، ويبـدو هـذا قريبا جدا مما يحدث في متاجر بيع الكتب الحقيقية، لدرجة إنه يمكنني الشعور بملمس الكتـاب في يدي تقريباً.

أكثر من أي من وسيلة من أحدث وسـائل الإعـلام الجديـدة التـي بحثناهـا في هـذا الكتـاب، تجعل الشخصيات المُجسَدَة، والرسوم المتحركة، والأصـوات مـن سـكندلايف أشـبه ببـديل أكـثر مـن كونها ملحقا لحياتنا – مكان ثالـث مختلـف عـن حياتنـا وبعيـدا عـن أجهـزة الكمبيـوتر والهواتـف الذكية (سنخصص لها قليل من الوقت الثمين لاحقا)، ولكن مختلفة أيضا عـن العمـل الـذي نتابعـه والمتعة التي نحصل عليها عبر أجهزتنا من الكمبيوتر والهواتف الذكية، ولكـن مـع ذلـك سـكندلايف هي جزء من حياتنا الحقيقية طبعاً، وموجودة في نفس المصفوفة عـلى الإنترنـت مثـل سـائر أحـدث وسائل الإعلام الجديدة، وفي نهاية المطاف تثبـت نشـاطها لدرجـة إنهـا قـد تحـدث فرقـا في أنشـطة حياتنا الواقعية من المرح، والحب، والسياسة، والأعمال.

تاريخ و عمل سكندلايف Second Life

كان لدى سكندلايف ما يقرب من 15 مليون مستخدم حتى سبتمبر 2008، بعد خمس سنوات من إنشائها، ولكن العديد منهم غير نشط، لذا فإن رقم مليون مستخدم نشط في عام 2011 لا يمكن مقارنته بالكامل، ناهيك عن كونه مؤشر إلى انخفاض كبير في عدد المستخدمين.

مثل فيسبوك، وتويتر، وجميع أحدث وسائل الإعلام الجديدة الناجحة، فإن الانضمام إلى سكندلايف – أن تصبح عضوا أو "مُقيما"- مجاني، ولكنها على عكس غيرها من أحدث وسائل الإعلام الجديدة، فإن انفاق المال في شكل دولارات ليندن، كما رأينا سابقا، هو جزء أساسي من سكندلايف، وربما كانت تلك النفقات في زمن الركود في جميع أنحاء العالم مسؤولة إلى حد ما عن الحد من أعداد المقيمين في سكندلايف.

هنا كيف تعمل سكندلايف: بعد الانضمام، يمكنك اختيار مُجسَد ذكرا أو أنثى (بغض النظر عن نوع جنسك الفعلي)، ثم تحدد نوع الجسم، وسمات الوجه الدقيقة التي تتراوح بين مدى امتلاء الشفاة، لشعر الوجه، والملابس، وكل هذا مجانا. ولكن طبيعة الملابس المجانية، وحتى سمات الوجه و تسريحة الشعر، تجعل المقيم الجديد وكأنه "مبتدئ"، ومن هنا يبدأ الإنفاق المالي. يمكن للمقيمين شراء أي شيء ، بدءا من القرط، إلى المؤخرة رائعة المظهرة ، نظير مبلغ من متواضع لكبير من دولارات ليندن .

بمعنى ما، يلعب دولار ليندن دور المال مثل لعبة احتكار المال – وبالفعل تتكرر إشارة المقيمين إلى تجاربهم باعتبارها "لِعْبْ" سكندلايف، ولكن لأن دولارات ليندن يمكن شرائها سواء بدولارات أمريكية حقيقية أوالعديد من العملات الدولية، كما يمكن إعادتها إلى دولارات أو عملات الدولية، لذا يمكن أن يصبح انفاق دولار ليندن في سكندلايف سريعا عملا تجاريا خطيرا وكبيرا، وذكرت مجلة بيزنس ويك إن ألين جراف Ailin GRAEF (باسم مُجسَد أش شونج Anshe Chung حقق أكثر من ربع مليون دولار أمريكى فى سكندلايف حتى مايو 2006 (هوف Hof، 2006)، وقال مكتب رويترز في سكندلايف "إن تشونج أخبر سكندلايف بأصول "عقارات" بقيمة

مليون دولار أمريكي في نهاية نوفمبر في ذلك العـام (رويـترز، 2006)، كـما أشـارت رويـترز إلى إن 58 من سكان سكندلايف كانوا يحققون ما يزيد على 5 ألاف دولار – أعلى ارتفاع في أرباح سـكندلايف- ولكـن بحلـول شـهر أبريـل 2008 ذكـرت صـحيفة ألفافيـل هيرالـد Alphaville Herald (صـحيفة سكندلايف، غير التابعة لمعمل ليندن) إن سكندلايف سجلت أدنى معدل على الإطلاق في نمو نصيب الفرد من الأرباح في الربع الأول من عام 2008 (هوليوك Holyoke، 2008)، وهو مـا يوضـح بدايـة التراجع الكبير في كل شيء في سكندلايف.

ولكن لا يزال هذا واضحا وضوحا كبيراً : نظرا إلى سهولة الشراء عن طريـق كـروت بـاي بـال PayPal المدفوعـة مقـدماً سـواء بـدولارات لينـدن أوغيرهـا مـن العمـلات خـارج سـكندلايف (أي العملات "الواقعية" المرتبطة بالدول الواقعية)، ما هو الفرق بين دولار لينـدن والـدولار الأسـترالي أو الكندية، من وجهة نظر أمريكية، أو الفرق بين دولا لينـدن والكنـدي دولار امـريكى، او، مـن وجهـة نظر استرالي؟ فمن وجهة نظر أي شخص في أي بلـد، لا يختلـف دولار لينـدن عـن أي عملـة أجنبيـة أخرى – أو إن الفرق الوحيد هو إن دولار ليندن يعمل في العالم الافتراضي بسهولة، ويمكـن الوصـول إليه فوراً تقريبا من أي بلد في العالم، عبر كومبيوتر المكتب، أو المحمول، أواللوحي، أو الهاتف الذكي.

واجهة سكندلايف والحياة الواقعية

الحياة الواقعية - ما نقوم به في العالم المادي عندما لا نتفاعل عبر جهـاز كمبيـوتر أو هـاتف محمـول – تتشـكل، أو تختفـي خلـف، كـل مـا نقـوم بـه عـلى الانترنـت، هـل تسـببت مـدونتي mybarackobama.com في المزيد من الأصوات لصالح باراك أوباما في عام 2008؟ لا توجـد وسـيلة يمكننا بها إجراء تجربة محكومة، وإعادة تمثيل تلـك الانتخابـات دون مواقـع أوبامـا وسـائر أحـدث وسائل الإعلام الجديدة.

يمكـن اعتبـار سـكندلايف، نظـراً إلى تطويرهـا في مختـبرات لينـدن، معمـل متواصل من أجل التحقيق في تأثيرات عالم الانترنت/ الواقع، في كل مرة ينقـر فيهـا شخص على وصلة في متجر بيع الكتب الخاص بي (الحافـة الناعمـة) في سـكندلايف ثم يشترى إحدى رواياتي من الأمازون، فإن ذلك المقـيم في سـكندلايف يتحـرك مـن

أحدث وسائل الإعلام الجديدة في سكندلايف إلى وسيلة أمازون الجديدة، وهو ما ينتج عنه تفاعل - شراء في هذه الحالة بالدولار الحقيقي وليس الليندن - يتمثل في شحن نسخة ورقية من روايتي إلى المنزل الواقعي لمشتري السكندلايف أو مكان عمله، وفي حالتي، للأسف ، كانت تلك الواجهات الرقمية/ الواقعية لا تكفي للأسف لجعل أيا من كتبي من أكثر الكتب مبيعا، ويوضح الانخفاض العام في أرباح سكندلايف المشار إليه سابقا إنني لم أكن الوحيد الذي لم يحقق أرباحا "في العالم".

ولكن إذا كان العمل نوع من التفاعل بين سكندلايف والحياة الواقعية أكثر قابلية للقياس بسهولة، فإنه لا يعني إنه الوحيد، وندرس العديد من أنشطة سكندلايف الأخرى التي لديها تأثير في العالم الواقعي في الأقسام الفرعية التالية، بدءا من الندوات التعليمية وحتى ممارسة الجنس.

ندوة في سكندلايف

نظرا إلى القدرات الصوتية في سكندلايف، يمكنك القول إن في أي مرة يتحدث فيها مُجسَد إلى مجموعة أخرى، المُجسدين المتجمعين، فإن المُجسَد الأول يدير ندوة صوتية مباشرة، أو ندوة عبر الويب webinar.

ولكن بعض فاعليات سكندلايف هي حلقات دراسية أو ندوات عبر الإنترنت بشكل أكثر صراحة، وفي إحدى قراءاتي من إحدى رواياتي في الخيال العلمي التي أجريتها في سكندلايف، أُرسلت إعلانات عن الفاعلية إلى مُختلَف التجمعات في سكندلايف، وكذلك إلى أصدقائي في سكندلايف، وتلقوا تلك الإعلانات إما في صناديق الرسائل على سكندلايف، و/أو عبر بريدهم في الحياة الواقعية إذا كانوا قد فعّلوا هذا الخيار، في الحقيقة دُعي هؤلاء الأشخاص إلى حضور قراءتي عبر مُجسَدهم على سكندلايف، ورغم إن "لعبة" أو تجربة سكندلايف واقعية جدا - لدرجة امتدادها إلى العالم الواقعي بلا مجهود – لذا يمكن القول بعقلانية إن المجسدات والأشخاص الحقيقيون تلقوا الدعوة في بريدهم الإلكتروني في العالم الحقيقي.

كما إنني بالطبع أعلنت عن فاعلية قرائتي في "عالمي خارج" مجتمعات الانترنت – على فيسبوك، وماي سبيس، ومدونتي- ودعوت أصدقائي من خارج عالم

الإنترنت ممن في وسائل الاعلام الاجتماعية، وعبر بريد جي ميل Gmail الإلكتروني إلى القراءة، وتضمنت الدعوة تعليمات حول كيفية الحصول على حساب مجاني في سكندلايف، وموقع –أو "إحداثيات"- مكان القراءة، وتفاصيل حول كيفية الوصول إلى هناك، من أي نقطة دخول في سكندلايف، فعند تسجيل الدخول إلى سكندلايف، يظهر مُجسَدَك في المكان السابق الذي كان فيه (وعند تسجيل الدخول للمرة الأولى، تجد نفسك في منطقة يمكنك فيها إنشاء مُجسَدَك وكسائه).

تمنح سكندلايف للمجسدين أو المقيمين اسم عائلة، وهناك أمثلة كثيرة لأسماء العائلة على سكندلايف مثل "أيون Aeon"، و"لاتيه Latte"، و"فيرنوت Freenote"، فإذا أراد شخص ما أن يخفي هويته الحقيقية تماماً على سكندلايف، يمكنه تحقيق هذا بسهولة عن طريق انشاء اسم أول لا صلة له باسمك في الحياة الواقعية – مثلا "ستار أيون" أو "لذيذ لاتيه"، وهذة بالطبع أكثر طرق التسمية شيوعا على سكندلايف، ويؤكد على حقيقة إن من ضمن وسائل الإعلام الاجتماعية كافة المدروسة في هذا الكتاب، فإن سكندلايف هي الأكثر مجهولية إلى حد بعيد، في حالة فيسبوك وتويتر، يمكنك إنشاء حساب باسم مستعار إذا أردت ذلك، أما في حالة سكندلايف فعليك فعل العكس ليكون لديك اسم مُجَسد متصل باسمك في الحياة الواقعية، وطريقة فعل ذلك هو انشاء اسم أول على سكندلايف مكون من اسمك الحقيقي، فإذا صادفك أي "بول لينفسون فرينوت PaulLevinson Freenote " على سكندلايف سيكون أنا.

ويلتئم شمل تجمع المجسدين عند ظهوري في فاعلية "لقاء مع الكاتب" مع المذيع أديل وارد Adele Ward في يوم الأحد 9 ديسمبر2007، في الثانية بعد الظهر (بتوقيت سكندلايف، وهو نفس توقيت المحيط الهادئ)، والتي عقدت في مكان جميل - في مركز المدينة التخيلي (أو مكان افتراضي) باسم كوكي، وأُعطيت أنا والمدعوون "إحداثيات" مركز المدينة، و هو ما مكنًا من إما تسجيل الدخول مباشرة إلى ذلك المكان الافتراضي، أو "الانتقال عن بعد" من هناك من مكان ما إلى آخر في سكندلايف، "الانتقال عن بعد" هو وسيلة فورية للانتقال من مكان إلى آخر في سكندلايف، وهناك خيارات أخرى أبطأ هي الطيران والمشي، ووصل أشخاص من

جمهوري بالطرق الثلاثة.

قبل أن أبـدأ القـراءة ، تحـدث الحضـور فـيما بيـنهم، عـن طريـق الـنص أو الصـوت بمجـرد وصولهم، وكانت هناك مقاعد حيث يستطيع المجسدون الجلوس، وتم تشجيعهم على ذلـك - لـيس من باب مجاملة المجسدين فقط الذين بـالطبع لـن يشـعروا بـأي ألم أو تعـب، ولكـن لأن الوقـوف يتطلب مزيدا من القدرة الكومبيوترية من سكندلايف لإبقاء الصور سليمة (يمكنك رؤيـة الجمهـور الجالس لبضع دقائق في مقابلة مع ليفنسون أثناء قراءته من مؤامرة لإنقاذ سـقراط ، 2007)، وقبـل أسبوع من فاعلية القراءة، شرحـت لي أديـل - عـبر مُجسَـدها "جـيلي كيـد" (أديـل وارد هـو اسـمها الحقيقي، وهي شاعرة حقيقية تعيش في لندن) - إن مكـان النـدوة يـدعم سـع كحـد أقصى 45-50 مُجَسَد (هناك أماكن أخرى يمكن أن تدعم ما يبلغ عدة مئات من المجسدين)، و"الـدعم" هـو قـوة حوسبة سكندلايف اللازمة للحفاظ على "المحاكاة" أو الصور الافتراضية، والتي يمكـن أن تـتحطم إذا كان عدد المجسدين يتجاوز عرض النطاق الترددي لسكندلايف المطلوبة للمحاكاة) وقـدرت اسـتنادا إلى عدد الدعوات الموزعة وعدد الحضور الذين كنت قد جذبتهم إلى فاعليات أخـرى عـلى الانترنـت غير سكندلايف إن قرائتي سوف تجذب 30 مجسد على الأكثر، ولهذا كنت سـعيد جـدا بحضـور 36 مجسد الـذين أحصـيتهم في الجمهـور مـن مكـاني عـلى المسرح – مزيـد مـن الجمهـور أفضـل دائمـاً للمؤلف طالما إن الحدث ليس في سكندلايف، وعدد الحضور قد يتسبب في إيقـاف نظـام التشـغيل (ليس سكندلايف ككل ولكن الجزء السمعي البصري المحدد من النظام أو المحاكـاة حيـث سـتجري القراءة)، بالطبع قد يجذب متجر شخصي لبيع الكتب جمهورا يتجاوز عدده عدد مقاعـده المتاحـة، ولكن هذا هو المسموح بـه لغرفـة وقـوف، وعـدد الجماهـير المتجـاوز لا يغلـق مكتبـة مـن طـوب وأسمنت.

وكان كلا من "أرتون تريبساArton Tripsa" (كاتب قصص خياليـة تاريخيـة من أستراليا في سكندلايف)، و" أوريل مـايلز Aurel Miles" (كاتبـة مـن فـانكوفر، كنـدا، في سـكندلايف، دون حـرف "ل L" في اسـمها الأول أوريـل في سـكندلايف) ، و"كينـي هابـل Kenny Hubble"(أسـتاذة في الحيـاة الواقعيـة، وأيضـا مـن كنـدا

وسنعرف المزيد عنها فيما بعد)، و"أيودش جامبو Iodach Gumbo" (مؤلف من رومانيا، في الحياة الواقعية، والذي صنع الاسم الأول لمجسده من حروف صغيرة)، و"كيلسي ميرتل Kelsey Mertel" (مؤلفة أميركية تعيش في اليونان، في الحياة الواقعية)، و"دريمي ديستني Dreame Destiny" (ناشر في الحياة الواقعية من استراليا)، وكذلك "بولاريس سنوك Polaris Snook"، "وتينكرير ميلفيل Tinkerer Melville"، و"إدوارد راسل Edward Russell"، و"توريا ممفورد Toria Mumford"، و"زيروبوينت ثلت Zeropoint Thielt" - كائن افتراضي مازلت أجهل اسمه الحقيقي ومكان حياته الواقعية- بعضا من المجسدين الذين حضروا إلى فاعلية قرائتي مشياً، أو طيرانا، أو عبر الانتقال الفضائي في أبهة من الألوان، والريش، والأزياء التي تتجاوز أي شيء قد تصادفه حتى في ملهى ستار تريك Star Trek، ولكن هناك شيء مشترك وحيد ما بين القراءة في الحياة الواقعية وسكندلايف – هو إنه غالباً ما يشارك فيها مؤلفون آخرون مشاركة جيدة، وإذا كان المؤلف الذي يقدم القراءة أستاذا جامعياً، فإن المشاركين غالبا ما يكون ضمنهم أستاذ وطالب آخر أو اثنين كذلك.

كما أوضحنا سابقا، فإن قناة "ستار سونيك" وطاقمها في سكندلايف SLCN.tv قد صوروا القراءة، وفي يناير 2012 2012- بعد أربع سنوات من القراءة في سكندلايف سكندلايف – تلقى مقطع الفيديو الذي نشرته على موقع يوتيوب وموقع Blip.tv أكثر من 6 ألاف مشاهدة، 36 مجسد شاهدوها مباشر في سكندلايف، وأكثر من6 ألاف مشاهدة على موقع يوتيوب وBlip.tv بعد أربع سنوات يعطي مؤشرا جيدا لقوة الانترنت خارج سكندلايف، ويوتيوب على وجه الخصوص بالمقارنة: فاعلية على سكندلايف موضوعة على يوتيوب جذبت ما يقرب من 200 ضعف عدد الحضور أو المشاهدين الافتراضيين الأصلي، لذا تمنح يوتيوب الخلود - أو الدوام على الأقل- لسكندلايف، مثلما تفعل للحياة الواقعية.

كيني هابل Kenny Hubble عالم فلك سكندلايف

يعمل كين هدسون في الحياة الواقعية مديرا تنفيذياً لمركز تصميم العالم الافتراضي في كلية ليواليست Loyalist في كندا، لذا ليس من المستغرب إن لديه

اهتماما بسكندلايف؛ وكانت دعوته لإجراء مقابلـة معـي حـول أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة في سكندلايف في ندوته البيئة الإعلامية في سكندلايف (ليفنسون، مقابلة مع كين هادسون، 2007) هي التـي أحضرتنـي إلى سـكندلايف لاول مـرة في نـوفمبر2007 وأسـفرت عـن "ولادة" شخصـية بـول ليفنسون فرينوتPaulLevinson Freenote.

كانت إحدى اهتمامات كين هدسون دائما هـي علـم الفلـك، لـذا فـإن اسـمه في سـكندلايف "كيني هابل" وأنشأ الجمعية الفلكية كاليدون Caledon التي بحثـت في الأعـلى عـبر التلسـكوب، و النماذج المجسمة للمجموعة الشمسـية، وركـوب المنطـاد إلى النجـوم في سـكندلايف، خـلال الفـترة 2010-2008 ،كاليدون هو مكان افتراضي أو محاكاة – مثـل مركـز مدينـة كـوكي وجزيـرة الكتـاب – ولكن أنشيء كي يبدو وكأنه ركن المدينة الفيكتـوري، هـذا النـوع مـن الأمـاكن التـي قـد تنـزه فيهـا تشارلز ديكنز أو تشارلز داروين في إحدى المساءات الشتوية المفعمة بالحياة، وأخـبرني كينـي إنـه لا يحب علم الفلك والتطلع إلى السماء فقط، ولكن أيضا يحب النظر إليها مع شعور بالانبهـار يربطـه بالعين والعقل الفيكتوري، واعتقادهم في تقدم العلم، وفرحة الاكتشـاف الجديـد، (أشـاركه اعجابـه بهذا الجانب من الثقافة الفيكتورية)، ويشرح النص التوضيحي لجمعية كاليدون الفلكية إنهـا تـدير "قبة سماوية باعتبارها خدمة عامة للمواطنين من كاليدون وسكندلايف، وتنظم الجمعيـة فاعليـات بانتظام، وتتضمن قـراءات، ومحـاضرات، ومناقشـات، وعـروض، ومناسـبات اجتماعيـة، وغيرهـا مـن الأنشطة المتصلة بالفلك" (هدسون/هابل، 2008 ، وراجع أيضا ميرلو Merlot، 2008).

إذا فكرت في القبة السماوية فهي مكان نموذجي في العالم الحقيقي لبنائه في سكندلايف، والصور التي تراها في قبة هايدن السماوية، في مدينة نيويورك هي ليست سوى – صـور مبنيـة ببراعـة لتعطيـك احساس إنك تنظر إلى ذلك الجزء من السماء المظلمة، حتى يمكننا القول - بـالنظر إلى هايـدن أو إلى أي قبة سماوية في العالم الواقعي بالعيون المجردة – إننـا نـرى أشـياء سـكندلايف التـي أنشـئت في العقـود السـابقة - أو في حالـة قبـة هايـدن السـماوية، والتـي أُفتتحـت في عـام 1935، منـذ أكـثر مـن 75

عاما قبل أن تصبح سكندلايف ممكنة على شاشات كمبيوترك الصغير وهاتفك الذكي، على عكـس مـا نراه من خلال تلسكوب هابل، بما في ذلك الصور الخام لما يراه هابل - التي هـي الكـون كـما هـو – تعرض جمعية كاليدون الفلكية الخاصة بـكيني هابل والقباب السماوية في العـالم الـواقعي تصـويراً فنيا للكون، وبالطبع قد تكون الصورة جزء من سكندلايف، أو قبة سماوية، أوعـرض، ولكـن الوسـط في كلا البيئتين أكثر دائماً من مجرد الفوتوغرافيا.

وأخـبرني كـين هدسـون (عـبر رسـالة فيسـبوك، في 26 ديسـمبر 2008) إن جمعيـة كاليـدون الفلكية تستقبل "أكثر من 100 زائـر في الأسـبوع - العديـد مـنهم يسـتخدمون المكـان للاسـترخاء في النجوم فقط ..." ليس الاسترخاء "بحث أو تحديق في" النجوم، ولكـن الاسـترخاء "في" النجـوم، وهـذا هو "الانغماس الكـلي" الـذي ذكرتـه سـابقا، وهـو الانغـماس الكـلي في الوسـيلة الـذي تحـدث عنـه ماكلوهان (راجع ليفنسون، 1999) دون أي معرفة سابقة لسكند لايف.

وإذا أردت المزيد من الانغماس في النجوم في سـكندلايف، يمكنـك الانطـلاق عـبر الفضـاء إلى متحف فان جوخ Van Gogh في سكندلايف (المتحف مغلق منذ عام 2009)، وترك الشرفة، والنظر إلى السماء الجميلة ليلا، والتوهج مع "الليل المرصع بالنجوم" لـفان جـوخ، وإذا لم تكـن لوحـة فـان جوخ فقط التي في رأسك الآن ، بل لوحة دون ماكلين "ليل مـتلألأ بـالنجوم" أيضـاً، فعليـك بصـفحة خارج العالم لـروبي دينجـو Robbie Dingo (دينجـو، 2007) لا تـزال متاحـة منـذ ينـاير 2012، ولا تحتاج لأن تكون في سكندلايف لرؤية هذا : "صَـوِّر موقعـا في سـكندلايف ثـم أعـد إنتاجـه" ويـفسر دينجو "هل نظرت إلى لوحتك المفضـلة مـن قبـل وتمنيـت التسـكع داخلهـا؟" (راجـع أيـه يـو Au، 2007، لمزيد من التفاصيل حول إنشاء الفيديو)، كما توجد فيديوهات دينجو عـلى يوتيـوب أيضـاً – مرة أخرى، أقرب ما لدينا للخلود الإعلامي.

ورغم إن الفن في سكندلايف يتطلب الوصول إلى سـكندلايف أو وسـيلة أخـرى على الانترنت مثل يوتيوب ليكون موضع تقدير كامل، فإن مبادئ الفـن الرقمـي التـي أصبحت حية على سكندلايف هي أيضاً مهاجرة عـبر وسـائل الإعـلام الرقميـة الأخـرى

إلى العالم الواقعي، فمثلا يرسم سوندرو كوب Sondro Kopp لوحات بورترية لمـن يجلسـون عـلى مبعدة منه، عبر سـكايب Skype كـما أوضـح إلى شـبكة سي إن إن (2012) "الفنـان العـالمي مونيـه Monet كان سيبدو سخيفا للغاية عبر سكايب"، لأن جـوهر الانطباعيـة، سـواء عنـد فـان جـوخ أو مونيه، هو ليس التقاط الواقع بل الضوء الذي يجلب لنا صوره.

الجنس في سكندلايف

الرسم والفلك ليسـا كـل شيء في سـكندلايف، وكـما هـو الحـال في الحيـاة الواقعيـة، يزدهـر الجنس بجميع أشكاله في سكندلايف.

سواء كان لقاء غرامي مع عـاهرة، أو لقـاء عـابر في حانـة، أو ممارسـة الحـب في المنـزل مـع زوجتك في سكندلايف بجوار المدفأة، ويتطلب الجنس في العالم الافتراضي عنصرين دائماً: أجزاء جسم وسيناريوهات.

أجزاء الجسم كما تتوقعها تماماً، عليك شراء صدور، ومؤخرات، وأعضاء تناسلية، والمتـوفرة في جميع الأشكال والألوان والأحجام، كل ما عليك هو "ارتدائها" كي تصـبح جـزءا مـن مجسـدك – كـما تفعل مع أي قطعة ملابـس أو مجـوهرات، مـما يجعـل عبـارة مثـل "إنـك ترتـدين مـؤخرة جميلـة مجاملة حرفية أكثر من كونها استعارة في سكندلايف.

يمكنك شراء أجزاء جسم لنفسك أو لحبيبك، قال لي مجسد امرأة قابلتـه في سـكندلايف إنهـا اشترت عضوا لصديقها في سكندلايف، وأعطته "سيناريو" لممارسة الجنس (راجع الفقـرة التاليـة)، ولم تكن سعيدة عندما رأت الرجل خلع ملابسـه ولديـه عضـو ذكـري في حجـم مضرب بيسـبول ماركـة "لويزفيل Louisville"، تقول المرأة "ما أعطيته له كان أكثر ملاءمة".

لكن أجزاء الجسم، كما هـي في الحيـاة الواقعيـة، ليسـت سـوى البدايـة، أو شرط أولي لممارسـة الجـنس في سـكندلايف، كـل حركـة غـير عاديـة للمجسـد في سـكندلايف- أي خـلاف المشي، والتلـويح، والطيران، والانتقال الفضائي (الطيران والانتقال الفضائي أسـاسي في سـكندلايف) – تصـبح ممكنـة بفضـل "سيناريوهات" برامجية خاصة للتحكم في المجسـد أو توجيهـه، بعـض السـيناريوهات تـأتي متضـمنة في

أشياء، فإذا رأيت كرسيا وتريد أن يجلس عليه مُجسدَك، يمكنك النقر على خيار "الجلوس" أو على النص المتضمن في صورة الكرسي، وهكذا يصبح مجسدك جالساً، بعض السناريوهات الأخرى يمكنك شراؤها أو تلقيها من مجسدين آخرين، فإذا ذهب مجسدك إلى ملهى ليلي، فسوف يُقدم إليه سيناريو حتى يتمكن من أداء كل أنواع الرقصات، وسيتمكن مجسدك ومجسد شريكك من رقص الرومبا، أوالفالس، أو التويست طوال الليل الافتراضي .

تأتي سيناريوهات ممارسة الجنس متضمنة أحياناً في السرير أو غيره من "أثاث الحب"، أو يمكن أن يتيحها لك شريكك، وتتنوع وفقا لطول فترة النشاط الجنسي المرغوب ونوعه، وتمثل الحركات المحددة المبرمجة في هذه السيناريوهات الحد الأقصى لاختيارك وسيطرتك على الفعل الجنسي في سكندلايف، يمكنك اختيار السيناريو ولكن بمجرد أن تبدأ أنت وشريكك في السيناريو، لن يمكنكما تغيير الوضع، أو الاستمرار في القبلة أطول قليلا، بعبارة أخرى العفوية مبرمجة.

كم تتكلف أجزاء الجسم والسيناريوهات بالنسبة إلى المقيم في سكندلايف الذي يبحث عن الحب؟ هناك إعلانات نموذجية منشورة في ديسمبر 2008 من هؤلاء البائعين الرئيسيين لرسوم الأحاسيس والتعبيرات تعرض كل شيء من الأسرة إلى مقصورات الحديقة قبة وأحواض الاستحمام، مع مئات من الرسوم (وسيناريوهات حركات لمجسدك المحظوظ) لكل وضع ايروتيكي يمكن تخيله، كما تقدم هذة الكاماسوترا الافتراضية ملمس جلد حقيقي، وأرائك لمجموعات العشاق، وجميعها معدة مع الموسيقى المناسبة، ومصممة لجعل تجربة ممارسة الجنس في سكندلايف أصلية قدر الإمكان، وتتراوح أسعارها من 230 إلى 550 دولار ليندن بالنسبة إلى الشخص الذي يريد انشاء متجر وبيع جميع ما سبق بالتجزئة فإن تكلفة 550 دولار ليندن تبلغ حوالي 20 دولارا أمريكيا.

كما في حالة كل أنواع الجنس الافتراضي – منذ نظام ميناتل **Minitel** الفرنسي في الثمانينات، وإنشائه الجنس عبر الإنترنت من خلال الرسائل النصية (راجع ليفنسون، 1992) – تتمتع ممارسة الجنس في سكندلايف بعدة مزايا منها عدم نقل الأمراض المنقولة جنسيا أو التسبب في الحمل غير المرغوب فيه، ولكنها تميل

أيضاً إلى عرقلة كل النشاط الاجتماعي الافتراضي أو عبر الإنترنت، سواء كان جنسيا أو غير ذلك: مالم تكن تعرف الشخص الحقيقي الذي يشغل المجسد، فليس هناك أي وسيلة لمعرفة جنس وعمر ذلك الشخص في الحياة الواقعية.

برنامج "مفقود Lost" في سكندلايف

العلاقة بين عالم الحياة الواقعية خارج الانترنت (سواء الحياة خارج الإنترنت أو في أنظمة أخرى غير سكندلايف) وسكندلايف تتدفق في كلا الاتجاهين، ليس فقط المقيمون في سكندلايف مَنْ يكسبون المال، أو يحاولون كسب المال، الذي يمكن تحويله إلى عملات حقيقية، ولكنهم يجلبون إلى سكندلايف كل أنواع القضايا ووسائل الإعلام من الحياة الواقعية، بدءا مما فعلته بكتبي إلى لقاء مؤيدي المرشحين السياسيين عبر مجسدينهم لإجراء مناقشات حول كيف يعملون من أجل انتخابهم في العالم الواقعي، وحتى تكريس مجموعات على سكندلايف للاعجاب بالبرامج التلفزيونية المعروضة في العالم الواقعي.

يشير عنوان "Lost في سكندلايف" إلى مجموعة من معجبي برنامج (مفقود Lost) التلفزيوني في سكندلايف وألا تكون مفقوداً في سكندلايف، رغم إن البعض قد يقولون إن سكان سكندلايف مفقودون فيها، فإنهم رغم ذلك قد يشعرون إنهم وجدوا حياتهم الصادقة حقا في لعبة سكندلايف، في مايو 2007، قرب نهاية الموسم الثالث الاستثنائي (الذي وصفته باعتباره من أحد أفضل الساعات على التلفزيون، راجع ليفينسون، "الموسم الثالث النهائي لمفقود"، 2007)، بدأ العديد من معجبي لوست في إنشاء جزيرة لوست الافتراضية في سكندلايف، وكان هدفهم إنشاء مكان على غرار الجزيرة الموجودة في البرنامج التلفزيوني كي يلتقي فيها مجسدينهم ويناقشوا البرنامج، كما أسسوا موقعاً على شبكة الإنترنت لاحقا بعيدا عن سكندلايف SL- LOST.com يمكنهم فيه حكي قصة مجموعتهم وجزيرتهم على سكندلايف، إنها قصة – حقيقية - من المفاجآت والانكسارات والتضحيات، تتضمن جزيرة ضائعة تكاد تناظر قصة المسلسل التلفزيوني .

أحد أعمق حقائق سكندلايف، كما رأينا، هو إن كل شيء يكلف مالا، وهو ما يعني إنه سواء كنت ترغب في إنشاء متجر لبيع كتبك أو إنشاء جزيرة للحديث

عن لوست، فإن عليك الدفع بدولار ليندن، إما في استئجار أو شراء العقار، أو يجب أن يكون أي شخص في سكندلايف على استعداد حق استخدام هذا العقار مجانا، أول متجر لي لبيع الكتب، في جزيرة الكتاب، قبالة ساحة بوليتزر في سكندلايف كلفني حوالي 5 دولار أمريكي شهريا في الإيجار، وعُرض علي لاحقا متجر لبيع الكتب مجانا في مكان آخر في سكندلايف، في قرية الفنانين، لذا أغلقت الأول وفتحت النسخة الثانية من متجري الحافة الناعمة لبيع الكتب، وبعد حوالي أربعة أشهر، اختفت المالك ومعها كل المتاجر على جزيرتها، بما في ذلك متجري، وهي حقيقة عميقة أخرى في سكندلايف وهي إن هياكلها وإنشاءاتها مؤقتة للغاية (راجع جزء كيني هابل)، رغم إنني استطعت إعادة فتح متجري لبيع الكتب في مكان آخر من سكندلايف- وربما أعود إلى ذلك في يوم من الأيام- فإنني قررت إنني مشغولا جدا (جزئيا في كتابة الطبعة الأولى من هذا الكتاب) لدرجة إنني لا استطيع إعادة فتح المتجر في ذلك الوقت.

واجهت مجموعة Lost في سكندلايف مشكلة مشابهة لسحب البساط - أو الجزيرة - من تحت أقدامهم، كما شرحوا في موقعهم على الانترنت، اختفى الداعم المالي الأصلي وصاحب الجزيرة في أحد أيام أكتوبر 2007 دون سابق إنذار أو تفسير، ثم أُعيد فتح الجزيرة في نوفمبر2007- ليس من قبل المالك المختفي منذ فترة طويلة، ولكن من قبل إدارة سكندلايف- "لمدة 24 ساعة من أجل أعضاء المجموعة لجمع الأشياء التي صنعوها"، وفي نهاية المطاف وجد مجموعة المشردين في سكندلايف مجموعة جديدة من الداعمين ومقرا جديدا، مما منح هذه الملحمة الحقيقية نهاية سعيدة، ولكن تجلى بوضوح قيمة وجود موقع على شبكة الانترنت، خارج سكندلايف، قبل إنشاء جزيرتهم الثانية في سكندلايف، عمل الموقع كوسيلة للحفاظ على أعضاء المجموعة معا، وتعرفت على المجموعة عندما نشرت مقابلة معي في يناير 2008 حول Lost أجراها معي أحد قادة المجموعة (ومن المفارقات إنه اختفى من موقع المجموعة)، كما زرت المقر الجديد في سكندلايف في عام 2008.

ولكن لماذا كان من المهم جدا لهذه المجموعة اللقاء عبر المجسدين في سكندلايف، بينما كان لديهم صفحة ويب بالفعل، ويمكنهم بسهولة الدردشة عن

Lost خارج سكندلايف كما يرغبون؟ وكانت الإجابة، مرة أخـرى، في جاذبيـة سـكندلايف الشـديدة مقابل بقية الويب: عنـدما تكـون في سـكندلايف، تشـعر -أكـثر بكثـير مـن المواقـع عديمـة المحاكـاة الأخرى على شبكة الإنترنت- كما لو كنت في مجتمعك حقـاً؛ مـزيج الرسـومات المتحركـة والأصـوات، والطريقة التي يمكن أن يتحرك بها مجسدك من خلال هذه البيئة يخلق وهـما قويـا بإنـك فعـلا في حياة أخرى من العالم بدلا من الملاحظة، والاستماع إلى، أو القراءة عنها.

وعلى أي حال كان برنامج Lost برنامج تليفزيون الوسيلة الإعلامية القديمة الوحيد الذي لـه له وجود على سكندلايف، أو عـلى الأقـل مغـامرة عـلى سـكندلايف، حيـث دخـل عمـلاء CSI-NY (الخيـاليون) التـابعون إلى محطـة سي بي أس CBS سـكندلايف لمتابعـة شـخص قتـل أحـد سـكان سكندلايف في "الحياة الواقعية" في قضية ملاحقة عبر الإنترنت- أي إن الضحية كانـت شخصـية مـن لحم ودم وهمية وكانت تشغل مجسدا في سكندلايف في هذة الدراما التلفزيونيـة، وكانـت المحطـة تشجع المشاهدين على "الانضمام إلى سكندلايف والتحقيق في القضية من خـلال اتبـاع الـرابط عـلى موقع سي بي اس"، كما يشرح دنكان رايلي في "CSI: NY يعرض على سكندلايف الأربعاء" (2007).

وهكذا تمثل سكندلايف خلاصة عـالم مـن تلقـاء نفسـها في أحـدث وسـيلة إعلاميـة جديـدة، يمكنك إيقاف مقطع فيديو على موقـع يوتيـوب، أوالتوقـف عـن التحريـر عـلى ويكيبيـديا، أو تـرك صفحتك الشخصية على الشاشة وخطف وجبـة سريعـة دون أن يفوتـك الكثـير في فيسـبوك، ولكـن مغادرة الشاشة عندما تكون متصلا بسكندلايف هو، حرفيا، ترك مُجسدَك مجمداً أو نائماً – هذا مـا ستبدو عليه، عبر مجسدك، لباقي المجسدين في المنطقة المحيطة بك – وبالطبع ، لن يبصر مجسـدك أو يسمع أي شيء يفعلونه أو يقولونه له، وفي المقابل، يسمح لك تويتر وفورسكوير بالعمل واللعـب على الانترنت دون تفويت ولو هفوة من العالم الواقعي - كما يفعل البث عـبر الإنترنـت بودكاسـت، والذي مثل جميع وسائل الإعلام الصوتية، تم تصميمه كي يتم الاستماع إليه بينما تفعـل شـيئا آخـر، وندرس هذه الوسيلة الأصلية الجديدة متعددة المهام في الجزء التالي.

التسجيل الصوتي عبر الإنترنت podcasting

تاريخيا، كان تسجيل ونشر الصور أسبق من الصوت، طوَّر داجير Daguerre الفوتوغرافيا في ثلاثينيات القرن قبل الماضي 1830، على عكس الفونوغراف الذي اخترعه اديسون في عام 1876، كما اخترع الصور المتحركة - وكذلك فعل الأخوة لوميير Lumière في فرنسا، وويليام فريس جرين William Friese-Greene في انجلترا، بشكل مستقل إلى حد ما- كما سبقت أيضا راديو ماركوني في عام 1901 بأكثر من عقد من الزمن (راجع ليفنسون، 1997، لمزيد من التفاصيل)، وفي الواقع، إذا أخذنا اللوحات المصورة في الكهوف كشكل من أشكال الصور المسجلة، تصبح هذه الوسيلة البصرية لدينا سابقة على أي تسجيل صوتي، قد نعرفه، بما يقرب 30 ألف سنة. (صندوق الموسيقى يسبق الفونوغراف بأقل من قرن من الزمان).

من ناحية أخرى، سبق اختراع الراديو في عام 1901 اختراع التلفزيون في عام 1927 بالتأكيد، والنجاح التجاري للراديو في عشرينات القرن الماضي 1920 بشر بالنجاح التجاري للتلفزيون بعده بما لا يقل عن 20 عاما.

وعند هذه المرحلة الحالية - بحلول عام 2012 – من العصر الرقمي، لا تزال برامج تسجيل الصوت فقط، وتحريره، ونشره أسهل قليلا من برامج تسجيل المحتوى السمعي البصري في أحدث وسائل الإعلام الجديدة، وتحريره، ونشره عبر الإنترنت، ويوتيوب، ويرجع هذا إلى إن تحرير الصوت أسهل من تحرير الفيديو الذي يتطلب تجنب القفزات المضطربة (تسجيل الفيديو وبثه المباشر بنفس سهولة تسجيل وبث الصوت).

ويعرف تسجيل ونشر الصوت والموسيقى والمقابلات في أحدث وسائل الإعلام الجديدة باسم التسجيل الصوتي "podcasting"؛ وتتشكل الكلمة من جزئين يلقي casting(من إلقاء البذور في الزراعة على نطاق واسع) أو نشر أول صوت عن طريق الراديو، ثم الصور والصوت عبر التلفزيون، والجزأ الأول من الكلمة pod من اسم جهاز iPod الذي كان أول جهاز يمكن عن طريقه سماع البث الصوتي عبر الإنترنت.

ولكن أصبح التسجيل الصوتي عبر الإنترنت (البودكاست) متوفرا الآن

بسهولة على أي جهاز كمبيوتر، أو هاتف ذكي ، أو كومبيوتر لوحي ، وبالطبع في السيارات عن طريق وصلات البلوتوث إلى الهواتف التي تشغل بث الإنترنت، ولأن الإذاعة متوفرة في السيارات منذ بداية الانتقال بها في أواخر عشرينيات القرن الماضي 1920، أصبح ممكناً في الفترة الأخيرة استعراض نفس نوع البرامج بمجرد نقرة على شبكة الإنترنت، ويمكننا القول إن البث على الراديو والإنترنت يتقاربان.

ولكن تظل الحقيقة المهمة إن البرامج الإذاعية تُنتج مهنيا، في حين إن التسجيل الصوتي على الويب – مثله مثل جميع أحدث وسائل الإعلام الجديدة- يمكن لأي شخص صناعته ونشره.

في ديسمبر 2008، سأل عضو جديد في أحد المواقع الاجتماعية للتسجيل الصوتي عبر الإنترنت Podcastalley.com ، إذا كان هناك أي شخص يمكنه تفسير خصائص وفوائد التسجيل الصوتي عبر الإنترنتPodcast ، وأجبته على النحو التالي: "إنه برنامج صوتي أو صوتي بصري يمكنه الحصول عليه مجانا عبر الويب، وميزته هو أن البث يأتي من المُنتِج مباشرةً، ولا يشترط أياً من متطلبات منتجي الإذاعة والتلفزيون، وهو ما يعني إن البث عبر الإنترنت يمكن أن يكون أكثر أصلية وخصوصية، ولا يتطلب جذب عدد معين من المستمعين أو المشاهدين كي يستمر- وإنما الأمر متروك تماما لمن يقوم بالبث" (ليفنسون، " ردا على ما هو البودكاست"، 2009).

كيف يُصنع التسجيل الصوتي podcast على الإنترنت ؟

تحتاج إلى ميكروفون وبرنامج تسجيل صوت لعمل بث صوتي على الإنترنت، ومثل معظم برامج أحدث وسائل الإعلام الجديد يمكن شراء برامج تسجيل الصوت (مثل برنامج فورج Sound Forge الذي استخدمه)، أو تجدها مجانا على شبكة الإنترنت (مثل أوديستي Audacity)، وغالباً ما يكون لدى البرامج التجارية المزيد قليلا من الأجراس والمؤثرات عن المجانية، ولكن البرامج المجانية يمكنها القيام بالمهمة بالتأكيد.

لا يحتاج التسجيل الصوتي الجيد عبر الإنترنت إلا إلى القليل من المهارة، فضلا عن الصوت اللائق (ما لم يكن المنتج يقصد الحصول على صوت غريب)، ولكن

الأخطاء، والسعال، والأخطاء الصوتية الأخرى فعادة ما يمكن تحريرها بسهولة، ويمكن استخدام برامج مهنية أو مجانية (مثل Levelator) لتحسين نوعية الصوت وتقليل التقلبات في حدة ونعومة الصوت. (تحرير مقطع الفيديو من السعال يمكن أن يكون صعبا، إذا كنت لا ترغب في حدوث تحول مفاجئ في الصورة أو قفزة في القطع.)

ويختلف التسجيل الصوتي على الإنترنت في الطول من بضع دقائق إلى عدة ساعات طويلة، وكلما كان التسجيل الصوتي طويلا كلما كان الملف المطلوب تخزينه أكبر، وكان عرض النطاق الترددي اللازم لنشره على الويب أكبر، ويمكن تخزين التسجيلات في مجموعة متنوعة من الأشكال الصوتية، بدءا من ملفات WAV غير المضغوطة إلى ملفات MP3 المضغوطة للغاية، كما تتراوح ملفات MP3 بدورها بين ضغط KBS64 والذي يماثل في جودته جودة صوت الحديث الذي قد تسمعه على الراديو، إلى KBS320، الذي يوفر صوتا بجودة صوت قرص الليزر الواضح، وكلما كان ضغط ملف الصوت بالكيلو بايت KBS أكبر وأوضح تفصيلا، كلما كانت الحاجة إلى مساحة أكبر لتخزين الملفات ونطاق ترددي أعرض لنشره.

بمجرد التسجيل، ينبغي تحميل الملف الصوتي في مكان ما على شبكة الإنترنت، يمكن من خلاله نشره إلى العالم – أو إلى أي شخص لديه جهاز كمبيوتر، أو جهاز أي بود iPod، أوهاتف ذكي.

مخطط لإنتاج تسجيل صوتي Podcast على الإنترنت

رغم إن التسجيل الصوتي عبر الإنترنت يتطلب انتاج أكثر من كتابة المدونة، فإنه يتشارك مع المدونة وسائر أحدث وسائل الإعلام الجديدة في ميزة من حيث كونه قابلا للتنفيذ، وممكن انتاجه دون الحاجة إلى إذن أي شخص آخر، على عكس كاتب المسلسل التلفزيوني، أو الشخص الذي أولا يبتكر فكرة برنامج تلفزيوني، أو حتى منتج البرامج الإذاعية الذي عليه تمرير الأفكار من خلال مدير برامج المحطة، يستطيع معد التسجيل الصوتي للإنترنت podcaster الانتقال من الأفكار وحتى الإنتاج في ساعات أو أيام، وأحيانا دقائق.

وهنا مثال على تسجيل صوتي عبر الإنترنت (بودكاست) أنتجته قبل بضع سنوات: حلقة من (ضوء على ضوء) حول الملاحقة عبر الإنترنت، كما ذكرت في

الجزء الخاص بـماي سبيس سـابقا في هـذا الفصـل، وسرعـان مـا اتصـل بي مسـئول الدعايـة لفرقـة (الحقيقة عـلى الأرض) بعـدما نشرت تدوينـة في أواخـر نـوفمبر 2008 عـن الملاحقـة عـبر الإنترنـت، وأرادت الفرقة أن تُعلمني بأغنيتها الجديدة "طلقة ببندقية بلا طلقات"، والتي أدركـت عـلى الفـور إنها مثال للعلاج الموسيقي عبر الانترنت لإساءة استخدام أحدث وسائل الإعلام الجديـدة في الملاحقـة عبر الإنترنت.

بعدما سمعت الأغنية، كنت أفكر في ما يمكن فعله للمسـاعدة في ترويجهـا، وسـألت أعضـاء الفرقة إذا كانوا موافقون، هاتفتهم عبر سكايب من خلال عملية معروفة باسـم VOIP، أو الصـوت عبر بروتوكول الإنترنت، بدا الاتصال جيداً ولم يكلفني شيئاً، كان لدي ميكروفون و سـماعات- أدواتي المعتادة لتسجيل الصوت، والفرقـة التـي كانـت تتـألف وقتئـذ مـن ثـلاث شـابات، سـيرينا Serena، وكـايلي Kiley، و تـيس Tess، اسـتخدمت الميكروفـون ونظـام مكـبر الصـوت المـدمج في كومبيـوتر ماكنتوش الخـاص بهـم، واسـتخدمت برنـامج مجـاني آخـر "هـوت ريكـوردر لتسـجيل الصـوت عـبر بورتكول الإنترنت"، (ولكنني احتجت برنامج "محول صوت لهوت ريكودر" الذي كنـت قـد اشـتريته في العـام قبـل المـاضي مقابـل 15 دولارا، لترجمـة ملـف هـوت ريكـودر إلى ملـف WAV أسـتطيع استخدامه في عمل التسجيل الصوتي على الإنترنت [البودكاست]).

استغرق اللقاء 15 دقيقة وتضمن غناء مباشر لأغنية جديدة للفرقة عن المشردين بلا مـأوى، وأرسلت لي الفرقة عبر البريد الالكتروني أغنية "بندقية بلا طلقات" في شكل ملـف صـوتي MP3 لـكي يتم تضمينها في التسجيل الصوتي (البودكاست)، كانت جودة صوت تسجيل المقابلة جيدة (لا يمكـن أن تعرف على وجه اليقين مدى جودة التسجيلات حتى تشغلها) واستغرقت العملية برمتها، في تلك المرحلة، بما في ذلك التسجيل، نحو45 دقيقة.

سجلت مقدمة ومناقشة مـوجزة لمشـكلة الملاحقـة عـبر الإنترنـت – ترجمـة شفهية لما كتبتـه في مـدونتي- في اليـوم التـالي، أدرجـت موسـيقى "التـتر" في بدايـة ونهاية التسجيل، والمأخوذة من مقطع موسيقى "النظر إلى الغروب (باكرا)" أغنيتي الرئيسية في ألبومي الصادر عام 1972، والمسمى : مـرتين بنـاء عـلى القافيـة، تبلـت

التسجيل بالمؤثرات الصوتية هنا وهناك، وأضفت عدد قليل من الإعلانات التجارية لرواياتي، شفرة الحرير ومؤامرة لإنقاذ سقراط. (لم أكن أدرج أي إعلانات تجارية مدفوعة- راجع "الإعلان على التسجيل الصوتي" لاحقا في هذا الجزء)، كما أضفت العديد من "الدعاية" أو الإعلانات المجانية لملفات تسجيلات صوتية أخرى في نهاية البودكاست، بعد تجميع التسجيل تماما، شغلته من خلال برنامج مجاني آخر "Levelator" الذي كما ذكرت سابقا يساوي أو يعطي طبقة صوت وحجم واحد لكل ملف التسجيل الصوتي، وهذا مهم خاصةً عندما يتكون التسجيل من أجزاء مختلفة، ومسجلة بطرق مختلفة، كما في حالة هذه الحلقة من ضوء على ضوء والمكونة من صوتي فقط (في البداية)؛ ثم المقابلة التي أجريتها مع سيرينا، وكايلي، وتيس؛ وملف الأغنية المسجلة في الاستوديو في ملف صوتيMP3 "بندقية بلا طلقات"، وغناء الفرقة على الهواء مباشرة لأغنية "أين تنام الليلة".

كل هذا استغرق أقل من ساعة، وبعدها كان التسجيل الصوتي جاهزا لتوزيعه عبر الإنترنت.

تخزين التسجيل الصوتي Podcast وتوزيعه: المُشغلات، وبرنامج أي تيونزiTunes، وتلقيمات ملخصات المواقع الغنية RSS Feeds

قبل أن يصبح البودكاست جاهزاً للتوزيع - أو الاستماع على أجهزة الكمبيوتر المحمولة، أي بود، والهواتف الذكية، والكومبيوتر اللوحي- لابد من تحميله من جهاز كمبيوتر المنتج إلى موقع تخزين على الإنترنت، وتعمل هذه المواقع مثل مواقع المدونات إلى حد كبير، باستثناء إن "المنشور" هو التسجيل الصوتي، وقد تترافق أحياناً تدوينات المدونة مع التسجيل الصوتي على هذه المواقع، ويمكن قراءتها قبل، أو بعد، أو أثناء تشغيل التسجيل، أما إذا تم إرسال التسجيل أيضا عبر "التغذية feed" إلى نظام أي تيونز، أو أي أنظمة أخرى يمكنها تحميل التسجيل مجانا للاستماع، فإن نص التدوينة يكن تحديدها "تشفيرها" تلقائيا كي ترافق التسجيل، كي تكون قابلة للقراءة على أي جهاز أي بود، أو شاشات الهواتف الذكية. وغالباً ما تفعل مواقع تخزين التسجيل الصوتي ذلك مالم تحدد خلاف ذلك.

كما في حالة مواقع المدونات، غالباً ما تكون مواقع تخزين التسجيل الصوتي

إما مجانية أو "بالإيجار" في إطار مجموعة من الخيارات، فمـثلا تسـجيلاتي الصـوتية الإخباريـة التـي بدأت كتعليقات وجيزة مدتها 5 دقـائق عـلى أخبـار وسـائل الإعـلام والسياسـة، ولكنهـا سرعـان مـا تطورت إلى الاستعراض الموجز للبرامج التلفزيونية، مُستضَـافَة عـلى موقـع Mevio.com مجانـا، أمـا تسجيلاتي الصوتية المعنونة (اسأل ليفAsk Lev) المخصصة إلى توجية نصائح إلى الكُتَاب مدتها من 5 إلى 10 دقـائق فمستضـافة عـلى موقـع TalkShoe.comالمجـاني أيضـاً، كـلا المـوقعينMevio وTalkShoe يدرجان إعلاناتهما الخاصة في بداية ونهاية البودكاست الـذي يستضـيفانه أحيانـاً، كـما يوفر موقع Mevio لبعض من يضعون انتاجهم مـن البودكاسـت عليـه فرصـا للكسـب مـن الـدخل الإعلاني (راجع "الإعلان على البودكاست" لاحقا في هذا الجزء)، وهناك أيضا إعلانـات عـلى مـواقعهم تستأجر تسجيلاتك الصوتية – وهي إحدى طرق تلـك المواقـع لكسـب الـدخل، يمكـن الاطـلاع عـلى تسجيلات برنامجي (ضوء على ضوء) الذي عادة ما يستغرق حـوالي 30 دقيقـة، ومخصـص لمختلـف جوانب الثقافة الشعبية والسياسة، على موقع Libsyn.com، وهو ما يكلفنـي 15 دولارا في الشـهر، وتتراوح قيمة الإيجار في الموقع بين 5 دولارات كحد أدنى، و75 دولار كحد أقصى شهرياً (حتـى ينـاير 2012) وفقاً لعدد التسجيلات الصوتية التي ستحملها على الموقـع، و حجـم الطـول والضـغط الـذي تريد التخزين بهما على النظام، وهناك عشرات من مواقـع استضـافة التسـجيلات الصـوتية الأخـرى المتاحة سواء مجاناً أو مقابل.

إذن لماذا قد يدفع منتج تسجيل صوتي لموقع تخزين بدلا من اسـتخدام موقـع مجـاني؟ مـثلا موقع ليبسين Libsyn يوفر بيانات مفصلة للغاية، أفضل بكثير من إحصاءات نشر التسجيل الصـوتي على المواقع المجانية، منتج التسجيل ليس مهتماً بعدد المرات التي تم الاستماع فيها إلى إحدى المواد فقط، بل وطريقة الاستماع أيضا، ويفضل مُنتِج البودكاسـت الاطـلاع عـلى هـذه المعلومـات محدثـة على الفور أو أقرب ما يكون إلى الفورية، ويفعل ليبسـين Libsyn الأمـرين عـلى السـواء، فضـلا عـن توفير بيئة تدوين مناسبة لمنتج التسـجيلات الصـوتية بمسـتوى تصـميم HTML، مـما يمـنح المُنـتِج مزيـداً مـن السـيطرة عـلى شـكل ومظهـر المدونـة، بمـا في ذلـك القـدرة عـلى إضـافة إعلانـات

جوجل أدسنس Google AdSense، وأمازون، ومجال كامل من عائدات الإعلانات الممكنـة المتاحـة للمدونين (راجع "كيف تكسب مالا من مدونتك" في الفصل السادس).

بمجرد استضافة التسجيل الصوتي على الموقع، فإن أكثر الطرق مباشرةً لجذب المستمعين هي من خلال نشر وصلات إلى التسجيل الصوتي في كل الأماكن الممكنة على شبكة الإنترنـت، تماماً كـما يفعل المدون، وحتى أول يناير 2012 كانت تسجيلات برنامجي (ضوء عـلى ضـوء) المكـون مـن (87 حلقة) تم الاستماع إليها أكثر من 210 ألف مرة، أما مقاطع ليفنسـون الإخباريـة المكونـة مـن (400 حلقة) فتم الاستماع إليها حوالي 600 ألف مرة، أما برنامج (اسأل ليف) المكون من (68 حلقة) فـتم الاستماع إليه أكثر من 40 ألف مرة، وأكثر من 90 في المئة مـن التسـجيلات تـم الاسـتماع إليهـا عـلى إحـدى "مشـغلات التسـجيلات" التـي وضـعتها عـلى مـدونتي (تراجـع لا نهـائي) وعـلى صـفحات التسجيلات نفسها.

ومُشغِل التسجيلات هو في الواقع نوع من برنـامج widget الـذي يحتـوي عـلى وصـلات إلى ملفـات MP3 لكـل حلقـة مخزنـة عـلى خدمـة استضـافة التسـجيلات الخاصـة بـك، وتـوفر مواقـع ليبسينLibsyn ، ومفيوMevio، وتوك شو Talkshoeوصلات خاصـة بهـا تلقائيـاً لكـل تدوينـة مـع تسجيل صوتي على صفحاتها، كـما تـوفر مشـغلات يمكـن وضـعها عـلى أي صـفحة أو موقـع مدونـة أخرى، وفي نفس الوقت توفر خدمة بيج كونتاكت Big Contact لاستضافة التسـجيلات "مشـغلات تلقيمات" يمكن وضعها على أي صفحة أو موقع مدونة، بما في ذلك الخاصة بموقـع ليبسـين Libsyn، لدي كلا النوعين من مشغلي التسجيلات، والعديد غيرهما، على كل المدونات والتسـجيلات الصـوتية التي لدي عليهـا سـيطرة عـلى HTML (راجـع "التـدوين مـن أجـل الآخـرين" في الفصـل السـادس للمزيد).

من الـ10 في المئة أخرى من تشغيل التسجيلات، هناك حوالي 9 في المئة عن طريق أي تيونز، والـ1 في المئة الأخرى عن طريق "التجميع" الأصغر أو أنظمة التوزيـع مثـل زن Zune، وبالتـالي، مـا يقرب من 99 في المئة من مستمعيني إما يستمعون التسـجيلات عـن طريـق وصـلة مبـاشرة (90 في المئة) أو عن طريق أي تيونز (9 في المئة).

في جميع الحالات، كانت ملفات التسجيلات مجانية للمستمع، وهي إحدى سماتها الجاذبة، بلا دهشة، وبالطبع أي تيونز iTunes، الذي يعمل كوسيلة قديمة، أو وسيلة قديمة في هذه الوسيلة الجديدة للويب عندما يسجل لموسيقاها، ويعمل أكثر كأحدث الوسائل الجديدة عندما يشغل التسجيل الصوتي بودكاست (وتسجيل الفيديو vidcasts، وهو تسجيل لا يتضمن صوتاً فقط بل صورا أيضاً) مجانا، ويمكن الاستماع إليه إما عن طريق الدخول مباشرةً على أي تيونز والبحث عن التسجيل أو عن طريق الاشتراك في التسجيل على أي تيونز.

ولكن كيف ينتقل التسجيل الصوتي [البودكاست] من الموقع المضيف للمنتج (Libsyn) لأي تيونز؟ أو برنامج قاريء للخلاصات RSS، هل برفع الأثقال، توفر المواقع المضيفة للتسجيلات الصوتية طرقا سهلة للحصول على حلقات التسجيلات الصوتية على أي تيونز، يرسل المضيف تلقيمة – تلقيمة خلاصات بسيطة RSS feed- التي يستطيع أي تيونز أو أي مُستقبِل خلاصات بسيطة التقاطها، في حالة أي تيونز، على منتج التسجيلات أن يقدم أولا وصفا للتسجيلات، مع تلقيمة خلاصاتها البسيطة الفريدة (تقدمها خدمة الاستضافة) لأي تيونز، وبمجرد أن تقبلها أي تيونز- ولا أعرف أي تسجيل تم رفضه من قبل – (على النقيض من رقابة أي تيونز الصارمة على ماركات التسجيلات، وبائعي الموسيقى الأخرين) -فإن كل حلقة من التسجيلات تظهر تلقائيا على أي تيونز، ويتم إحضارهم من خلال تلقيمة الخلاصات البسيطة، ويعمل موزعو التسجيلات الأخرون بنفس الطريقة، رغم إن ليس لازما على التسجيلات المرور بعملية تقديم رسمية.

دراسة حالة نجاح بودكاست: فتاة النحو

بدأت ميجنون فوجارتي Mignon Fogarty بث تسجيلات (فتاة النحو Grammar Girl) – الاسم الرسمي، نصائح سريعة من فتاة النحو لتحسين الكتابة - في يوليو 2006، وهو العام الذي ظهر فيه تسجيلات البودكاست باعتبارها إحدى أحدث وسائل الإعلام الجديدة الهامة، وبعد أربعة أشهر، في نوفمبر 2006 ، أصبح مستمعو فتاة النحو أكثر من مليون مستمع (لوين Lewin،2006)، وتضاعف الرقم إلى أكثر من 40 مليون بحلول يناير 2012، وظهرت ميجنون على محطة سي أن أن

CNN وبرنامج أوبرا وينفري، وغالباً ما كان بودكاست فتاة النحو ضمن أكثر خمسة بودكاست استماعا على أي تيونز، وحقق كتاب الجيب فوجارتي المستند على بودكاست فتاة النحو - نصائح سريعة من فتاة النحو لتحسين الكتابة – المركز التاسع في قائمة الكتب الأكثر مبيعا في صحيفة نيويورك تايمز في أغسطس 2008، وكان كتابها (101 كلمة يساء استخدامها لن تخطأهم أبدا مرة أخرى) على قائمة أكثر الكتب مبيعا في صحيفة واشنطن بوست في يوليو2011، هذه الإنجازات هي مثال آخر على قدرة أحدث وسائل الإعلام الجديدة جديدة على تحمل مسئولية أساليب تقليدية للعرض العام، كانت فورجاتي كاتبة مخلصة قبل أن تبدأ في بث البودكاست، ونجاح (فتاة النحو) صنع منها نجمة.

ولكن كيف أصبح برنامج عن رفع الفاعل ونصب المفعول شعبياً إلى هذا الحد؟ بعض المدونين مثل تاكر ماكس(2006) Tucker Max كان كتابه ضمن الأكثر مبيعا، وهو أمر مفهوم نظرا لطبيعة المحتوى الجنسية الصريحة في حالة ماكس، ولكن ماذا عن برنامج عن القواعد النحوية؟ قد نفترض إن الجميع تقريبا مهتم بتحسين مهاراته النحوية، ولذا كان لدى البرنامج جمهور مُحتمَل كبير، ولكن ربما قد لا يكون هذا سبب نجاح فتاة النحو، ولا حتى حقيقي في المقام الأول. في الواقع، قدمت فوجارتي فكرة البودكاست الخاصة بها إلى محطة إذاعية، ومن غير المرجح إن البرنامج قد حظى بالقبول - لست على دراية بأي برنامج عن النحو على الإذاعة التجارية، وبالتالي النجاح الهائل لفتاة النحو من المحتمل تفسيره بشيئ آخر: قدرة مستمعي بودكاست على تلقي دروسا مفيدة في النحو بطريقة تبدو ممتعة لأن طريقة التوصيل لا تزال جديدة للغاية (راجع ليفنسون، 1977، للمزيد عن أول ظهور للتكنولوجيات كألعاب)، إنها قيمة وممتعة معا، وبعبارة أخرى، الممتع في بودكاست فتاة النحو ليس فقط الاستماع إلى عرض بارع في النحو، ولكن أيضا الاستماع إليه على جهاز الكمبيوتر أو الأي بود أو الهاتف الذكي الخاص بك في أي وقت تختاره.

البودكاست على الهواتف الذكية وفي السيارات

يمكن أيضا أن تجلب تلقيمات خلاصات المواقع ملفات بودكاست إلى المواقع التي تنشر الصوت بطرق مختلفة جدا عن أي تيونز، على سبيل المثال موقع Podlinez.net يخصص لكل سلسلة بودكاست رقم هاتف، عندما يتصل أحد الأشخاص به يحصل على الحلقة الأخيرة من سلسلة البودكاست (الخدمة الأساسية في هذا الموقع مجانية للمنتج والمستمع حتى أول يناير 2012، مع العديد من الخيارات الأكثر تطورا للبيع).

توافر البودكاست عبر الهاتف يفتح الباب أمام كل أنواع إمكانيات نشر واستقبال البودكاست الإضافية، سيارتي البريوس لديها اتصال بلوتوث مع جهاز هاتفي البلاك بيري، والذي يعمل حتى كهاتف خلوي غير ذكي، ويشغل صوت الشخص الذي أتحدث إليه عبر مكبرات الصوت اللاسلكية الخاصة بالسيارة، يمكنني الاتصال برقم الهاتف الذي يحدده موقع Podlinez وسوف أستمع إلى البودكاست على راديو السيارة، وتتوفرا آلاف البودكاست بهذة الطريقة.

إذا خطوت خطوة إلى الوراء ونظرت إلى صورة هذه البيئة الإعلامية ككل، ما لدينا من مدونات صوتية يمكننا الاستماع إليها من خلال راديو السيارة هي تعاون،أو دمج بين العصور الرقمية (المدونات الصوتية)، والبث التناظري (الراديو) - أو تكامل آخر بين وسائل الإعلام القديمة (الراديو) وأحدث وسائل الإعلام الجديدة (بودكاست).

والنتيجة هي نوع مختلف جدا من "الراديو" في السيارة، وينتج راديو البث التقليدي في السيارة عبر انتاج مهني، وبث من مرفق مركزي كبير، في وقت محدد، بينما يمكن انتاج مدونة صوتية على راديو السيارة من على كرسي هزاز، ثم يتم تحميلها على موقع على شبكة الانترنت ينتج تلقيمات خلاصات للموقع، ثم تصبح بعد ذلك متوفرة للمستمع في أي وقت يختار الاستماع إليها واستدعائها عبر أرقام Podlinez، في كل من الإنتاج والاستقبال النهائي، يصبح برنامج الصوت أكثر ديمقراطية إلى حد كبير، وهو بداية لمزيد من التعاون بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة والقديمة، والذي سوف يشمل بث يوتيوب على أجهزة التلفزيون في غرف

المعيشة (أورلاندوOrlando،2009) واستقبال المدونات الصوتية على راديـو السـيارة دون الهواتـف المحمولة، أريوAereo التي توفر البث التلفزيوني على الهواتف الذكية، وأجهزة الكومبيوتر اللـوحي، والمحمول (كارترCarter، 2012) هي خطوة أخرى في هذا التعـاون المشـترك مـن الاتجـاه المعـاكس (وسائل إعلام قديمة على أجهزة أحدث وسائل الإعلام الجديدة).

البث الإذاعي التقليدي والمدونات الصوتية لديهما سمة مشتركة هامة جـدا: كلاهـما مجـاني، ولكن توفر المدونات الصوتية نوعا آخر من البرامج الصوتية المجانية، التي لولاها لكان على المستمع دفع ثمنها : الكتب الصوتية podiobook.

الكتب الصوتية podiobook

لا تزال الكتب الصوتية تمثل جزءا صغيرا من صناعة نشر الكتاب، وأفـادت إحصـاءات فبرايـر 2011 إن مبيعات الكتاب الإلكتروني قد بلغت 90.3 مليون دولار (متجاوزة الكتب الورقيـة) مقابـل 6.9 مليون دولار للكتب الصوتية (اوجاساوارا Ogasawara،2011)، ولكن الكتاب الصوتي لديه مزايا لا يمكن إنكارها، إذا كان السائق يريد الاستمتاع بكتـاب أثنـاء القيـادة، فبالتأكيـد المسـموع أفضـل، وأكثر أمانا بكثير، من فتح كتاب وقراءته سواء إلكترونيا أو ورقيا.

يأتي الكتاب المسموع في تشكيلات مختلفة: تقديم للكتاب فقط، أو قراءة أجزاء من الكتـاب مع إضافة مؤثرات صوتية وموسيقى أم عدم الإضافة، مختصراً أو كاملاً، و يتكلـف الكتـاب الصـوتي اعتمادا على طول الكتاب وانتاجه نفس تكلفة كتاب غلافه من الورق المقوى تقريباً، أو كتاب ورقـي من علامة تجارية مشهورة، وغالباً ما يتراوح سعره ما بين 15 إلى 30 دولارا.

وابتكرت موريس وايفو وتيرا بديلا منـذ بضـع سـنوات: "podiobooks كتابـاً صـوتياً" متـوفرا في حلقات متتابعة، وفي كـل حلقـة فصـل أو اثنـين، ومثـل كـل المـدونات الصـوتية هـذه الكتـب الصـوتية podiobooks مجانية، ومع ذلك يتم تشجيع القراء على تقديم تبرعات للمؤلفين و/أو الرواة عن طريق كروت باي بالPayPal المدفوعـة مقـدما، رغـم إن موقـع الكتـاب الصـوتي Podiobook.com يحـتفظ بنسبة 25 في المئة من العائـدات.(راجـع أيضـا مـدونات صـوتية للـدمى Podcasting for Dummies،

الطبعة الثانية، 2008، تي موريسTee Morris، تشاك توماسي Chuck Tomasi، و ايفـو تـيرا Evo Terra لمعرفة المزيد عن نهجهم في المدونات الصوتية).

أنتجت شون فاريل Shaun Farrell وقدمت كتاباً صوتياً من روايتي شفرة الحريـر الصـادرة عام 1999، في عام 2007. والرواية معروفة سلفا في دوائـر الخيـال العلمـي - فـازت بجـائزة لوكـوس Locus كأفضل رواية خيال علمـي- ولكـن لا شيء أكـثر جاذبيـة مـن الروايـات المجانيـة، وخصوصـا عندما تكلف النسخ البديلة مالاـ وهو ما وضع النسخة الصوتية من الرواية ضمن الأعـلى 20 تنـزيلا على موقع Podiobook في عام 2007 (لا يوفر الموقع تصنيفات دقيقة لأعلى 20 تنزيل).

تجعل الاقتصادات الفقيرة المضمون المجاني أكثر جاذبية، في يناير 2009 تساءلت مجلـة تـايم إذا كانت الكتب الصوتية podiobooks هـي "موجـة الـنشر المقبلـة"، مبينـة إن "مبيعـات الكتـب انخفضت؛ وقد سرَّحـت دار مـاكميلان MacMillan بعـض المـوظفين، وكـذلك دور رانـدوم هـاوس Random House وسـيمون انـد شوسـتر Simon & Schuster؛ كـما أوقفـت هوتـون ميفلـين هاركورتHoughton Mifflin Harcourt شراء معظم المخطوطـات الجديـدة "(فلـورين Florin، 2009)، وأخبرتني ايفو تيرا عبر البريد الإلكتروني إن أكثر من 1.3 مليون حلقة من الكتب الصوتية تم تحميلها حتى يناير 2012.

المدونات الصوتية وحقوق النشر: موسيقى Podsafe

ولكن تقديم محتوى مجانا للجمهور - سواء مدونة صوتية أو نصية - يمكن أن يكـون صـعبا إذا كان على المنتج الدفع لجزء من هذا المحتوى، لا تظهر هـذه المشـكلة عـادةً في التـدوين، حيـث يمكن عمل اقتباسات من مصادر أخرى في المدونة دون دفع، تحت الاسـتخدام العـادل، وبالتأكيـد لا تظهر عندما تتكون المدونة الصوتية [بودكاست] من مجرد حديث لمنتج المدونة، ولكن ماذا لو كـان المنتج يريد تشغيل بعض الموسيقى في المدونة الصوتية؟ ينطبق الاستخدام العادل فقط إذا اسـتخدم جزء صغير من المقطوعة الأصلية، ولكن في حالة المقطوعة الموسـيقية، فـإن الممارسـة المعتـادة هـي تضمينها كلها.

مشكلة كيفية الدفع لكتاب الأغاني نظـير أداء موسـيقاهم ظهـرت لأول مـرة

وجرى التعامل معها قبل قرن من الزمان تقريبا في فجر ظهور الراديو، ورخصت (الجمعية الأمريكية للملحنين والمؤلفين والناشرين، التي أنشئت في عام 1914) الموسيقى لأداء العروض الحية ووسعتها لتشمل الراديو، ونفس الشيء فعلته (شركة إذاعة الموسيقى التي أنشئت في عام 1940) بالنسبة للإذاعة، والآن كلا من الجمعية الأمريكية للملحنين وشركة إذاعة الموسيقى ترخصان بث الموسيقى على الإذاعة والتلفزيون، وأنا عضو في كلا المنظمتين بصفتي كاتبا للأغاني، ووزعت الجمعية الأمريكية على 845 مليون دولار على أعضائها في عام 2010، كما وزعت شركة إذاعة الموسيقى على أعضائها 796 مليون دولار ذلك العام.

وتجمع كلا المنظمتين مثل هذه الأموال باعتبارها رسوم "حقوق الأداء" واجبة الدفع من محطات وشبكات الإذاعة والتلفزيون، وبالنظر إلى مليارات الدولارات من الأرباح التي يجنيها التلفزيون والإذاعة سنويا، لا تعتبر تلك المدفوعات لكلا المنظمتين مبالغا فيها.

أين يترك هذا منتجي المدونات الصوتية؟ يمكنهم كسب المال من الاعلانات (راجع "الإعلان على المدونة الصوتية"، لاحقا في هذا الجزء)، والتي يمكن أن تدفع لحقوق الأداء الموسيقي، ولكن ماذا إذا كان منتج المدونة الصوتية يريد أن تشغيل موسيقى ولكن بلا إعلانات؟ هل ينبغي على هذا المُنتِج أن ينتهك حقوق الطبع والنشر لتسجيل الفنانين وكتاب الأغاني، ويشغل موسيقاهم دون تعويض؟ هذه المشكلة من حقوق الطبع والتعويض في المدونات الصوتية معادلة لما أسميته "كعب أخيل يوتيوب" في الفصل الرابع- انتهاك حقوق الطبع في العديد من مقاطع الفيديو المنشورة على موقع يوتيوب، كان حلي لمشكلة يوتيوب إن حق المؤلف يجب أن يكون مريحا، للسماح بنشر أي محتوى على الإنترنت لا يزيل إسناده لمبدعه أو يتكسب مالا عن الملصق دون إذن مبدعه (نفس رخصة المشاع الإبداعي إلى حد كبير).

نتج عن المدونات الصوتية حلا جزئيا آخر، آدم كاري Adam Curry، الذي اكتسب لقب "أبو المدونات الصوتية" بسبب مسابقته الرائدة للمدونات الصوتية في عام 2004، بعد حياة مهنية باعتباره "مذيع فديو" في محطة أم تي في MTV الموسيقية (جاردان Jardin، 2005)، أنشأ كاري شبكة "موسيقى بودساف

Podsafe" في عـام 2005 (شـارما Sharma، 2005)، وفكرتهـا هـي إن الفنـانين والشـعراء يحمِّلـون موسيقاهم على شبكة Podsafe التـي تتيحهـا مجانـا ودون الـتخلي عـن حـق المؤلـف، إلى منتجـي المدونات الصوتية، لغرض وحيد هو تشغيلها على المدونات الصوتية (بودكاسـت)، يحصـل الفنـانون على الدعاية ويحصل منتجو المـدونات الصـوتية عـلى الموسـيقى مجانـا في هـذه العلاقـة التكافليـة. (نعم، لدي حوالي نصف دزينة من تسجيلاتي على شـبكة Podsafe، وكنـت سـعيداً عنـدما سـمعت إحدى أغنياتي الأقل شهرة، "الندف الثلجية" التي كتبتهـا مـع كرونـدسKrondes، 1969، في مدونـة صوتية شهيرة لإيرين كين Erin Kane وكريستين براندت Kristin Brandt عن الأمهـات المهوسـات في فبراير 2007).

ولكن حل شبكة Podsafe جزئي بسبب إن منتجي المدونات الصـوتية قـد يريـدون تشـغيل تسجيلات البيتلز، أو أي موسيقى تستلزم دفع رسم أداء نظير تشغيل البودكاست، في الوقت الحـالي، هؤلاء المنتجون لـديهم خيـار تشـغيل الموسـيقى بانتهـاك حقـوق الطبـع، أو كسـب مـا يكفـي مـن عائدات الإعلانات كي يدفعوا رسم الأداء، إذا كانوا يفضلون عدم إنتاج بودكاست بخسارة مالية.

الإعلان على المدونة الصوتية

الإعلان عـلى المدونـة الصـوتية – أومنتجـو المدونـة الصـوتية يكسـبون المـال مـن الإعلانـات الموضوعة على مدوناتهم الصوتية- هو أشبه كثيراً بنهج إعلانات التلفزيـون والإذاعـة التقليديـة عـن إعلانات جوجل أدسنس، وأمازون التابعة لها، والأنواع المماثلـة لهـما مـن الإعلانـات عـلى المـدونات التي درسناها في الفصل السادس.

الطريق التي تحصل بها معظم المدونات الصوتية [البودكاست] على إعلانات مدفوعـة هـي من خلال الانتماء إلى منظمة لكسب المـال مـن المـدونات الصـوتية، أو بكلـمات أكـثر تقليديـة، إلى منظمة تعمل بمثابة سمسار أو وسيط بين المعلنين ومنتجـي المـدونات الصـوتية، وهـذة المـنظمات يمكن أن تكون مواقع استضافة بودكاست مثل Mevio، أو خدمات مكرسة تماماً أو في معظمهـا إلى صـفقات الإعلانـات، مثـل منظمـة "Blubrry" التـي تـديرها رو فـويس Raw Voice، وكلاهـما توفران مجموعة متنوعة مـن صـفقات الإعلانـات إلى منتجـي المـدونات الصـوتية الأعضـاء فـيهما،

وتنقسمان إلى نوعين عامين.

1- موقع GoDaddy.com - مكان تُسجل فيه معظم أسماء النطاقات ويتم تعريف عامة الناس بها من خلال إعلاناتها الأنيقة - والعديد من الشركات المعروفة الأخرى التي يتنوع نشاطها من تأجير السيارات لتطوير المنزل تقدم صفقات سمسرة إعلانات، يتم إعطاء منتج المدونة الصوتية نقاط حوار ويُطلب منه التحدث في مدونته الصوتية لمدة 30 إلى 60 ثانية عن الراعي، وينتهي الإعلان برمز متفرد يُطلب من المستمع استخدامه عند طلب أي شيء من الراعي في الاستجابة على العروض الخاصة المقدمة في الإعلان، ويتقاضى مُنتِج المدونة الصوتية رسما ثابتا نظير كل عملية بيع تتم استجابة إلى الإعلان- 10 إلى 20 دولار أو أي مبلغ من الدولارات أو نسبة مئوية ثابتة - تتوقف على طبيعة العرض، يمكن لمثل هذه الحملات الإعلانية أن تدر آلاف الدولارات شهريا على منتج المدونة الصوتية.

يمكن أن يعمل هذا النهج أيضاً مع الإعلانات التي يسجلها المعلن، أو مع الإعلانات التي يقرأ فيها منتج المدونة الصوتية نصوصاً محددة يقدمها المعلن، مع ذلك يفضل العديد من المعلنين إن يقدم منتج المدونة الصوتية الإعلان بكلماته وأسلوبه، لأن ذلك يمنح الإعلان جودة شخصية أكبر، ويمكن أن يكون أكثر فاعلية مع المستمعين المخلصين للمدونة الصوتية، إذاعات الوقت المتأخر من الليل، مثل برنامج جون نيبل الطويل في نيويورك، تستخدم هذا النوع من الترجمة الشخصية للإعلانات منذ سنوات، ولكن معظم البرامج الإذاعية الحالية، مثل برنامج بوب شانون على إذاعة WCBS-FM في نيويورك، تشغل إعلانات التي فيها مذيع الموسيقى، في هذه الحالة بوب شانون، يقرأ من نص حرفي.

2 . وهناك نوع مختلف جدا من شراء الإعلان، لا يعتمد على العمولة على المبيعات الفعلية، بل على عدد الأشخاص الذين سمعوا عن الإعلان، وتقدمه أيضاً Mevio ورو فويس إلى منتجي المدونات الصوتية، والإعلان نفسه يمكن تسجيله مسبقا، أوقراءته شفهياً من نص، أو ارتجاله من نقاط يقدمها المعلن إلى منتج المدونة الصوتية- كما في إعلانات العمولة تماماً- ولكن، خلافا لنهج العمولة، يحتاج منتج المدونة الصوتية ذكر عدد الأشخاص الذين سمعوا المدونة الصوتية، وكما في

حالة الإعلان في وسائل الإعلام القديمة من الصحف ووسائل البث، يُدفع لمنتج المدونة الصوتية على أساس التكلفة لكل ألف، ويحافظ موقع Mevio على حساباته من هذه الإحصاءات،كما توفر منظمة Blubrry (رو فويس) "عدادها" لحساب عدد المستمعين - وأحياناً تشير إليها بعدد التنزيلات، رغم إمكانية الاستماع إلى المدونة الصوتية دون تنزيل، ويتم احتساب عدد مرات الاستماع مثل بنفس طريقة احتساب التنزيلات، ولاحظ إن عدد مرات الاستماع ليست نفس عدد المستمعين، لأن بإمكان شخص واحد الاستماع إلى إحدى المواد أكثر من مرة بالطبع، ولكنني أستخدم هذه المقاييس هنا بالتبادل، وذلك لأن أفضل ما يمكن أن يفعله أي عداد هو الحفاظ على مسار عناوين بورتكول الإنترنت IP addresses التي يتم الوصول منها إلى المدونة الصوتية، وبالطبع يمكن لأحد الأشخاص الاستماع إلى نفس البودكاست إذا أراد أكثر من مرة من عناوين IP مختلفة، وتكسب خمسة آلاف مرة استماع أو تنزيل في فترة معينة من الزمن أكثر من 500 دولار من الاعلانات المدفوعة على أساس التكلفة لكل ألف.

هذا المبلغ نظير عدد المستمعين يعادل في المدونات الدفع نظير ظهور أو مشاهدة الإعلانات، وعلى النقيض من الدفع نظير عدد النقرات أو نقرات مع مشتريات، ومن الواضح إن هذا المصدر أكثر موثوقية من الإيرادات عن الدفع نظير المبيعات الفعلية، أو العمولة، فليس هناك ما يضمن إن أي من مستمعي المدونة الصوتية، رغم كثرتهم، سوف يذهبون لشراء المنتج أو الخدمة المعلن عنها، إذن لماذا قد يختار أي منتج مدونة صوتية الحساب بطريقة العمولة؟

جزء من الإجابة هو إن ليس أمام منتجي المدونات الصوتية أي خيار آخر عادةً، كما يتردد المعلنون في إضاعة الوقت على مدونة صوتية لديها مجرد حفنة من المستمعين- وليس الوقت اللازم لتخطيط الحملة الإعلانية ولكن الوقت المحسوب اللازم لتحديد المبلغ الضئيل من أجل عدد قليل من المستمعين، وفي المقابل، لا يتطلب دفع العمولة أي محاسبة أو تقارير سوى تتبع رموز العروض الترويجية الخاصة التي تصاحب بالفعل المبيعات عبر الإنترنت المحرزة بالفعل استجابةً للإعلانات.

ولكن جزء آخر من الإجابة هي إن جمهور صغير من المستمعين، لديهم استجابة عالية لحملة إعلانية قائمة على العمولة يمكن أن يولد دخلا أكثر بكثير

لمنتج المدونة الصوتية من حملة إعلانية لجمهور أكبر مع الدفع على أساس عدد المستمعين، على سبيل المثال، فإن 30 مستمع من إجمالي جمهور1000 مستمع يشترون منتجا أو خدمة مع عمولة 20 دولار، فإن منتج المدونة الصوتية سوف يربح 600 دولار، على النقيض في حالة حملة إعلانية بالعمولة، إذا حصل منتج المدونة الصوتية على 10 دولار لكل ألف مستمع من إجمالي جمهور3000 مستمع، فسوف يربح منتج المدونة الصوتية 30 دولارا فقط، وبعبارة أخرى، فإن منتج المدونة الصوتية الذي يعرض إعلانات بالعمولة سوف يكسب 20 ضعف زميله الذي يعرض إعلانات على أساس التكلفة لكل ألف، رغم إن إعلان العمولة على ثلث الجمهور فقط، وبالطبع فإن طريقة الدفع على أساس العمولة ليست أكثر من مقامرة، لأن جمهور المدونة الصوتية قد لا يشترون شيء مطلقاً.

وهو ما يثير تساؤلا آخر، يمكن أن تساعد إجابته أيضا في تفسير لماذا يلجأ منتجو المدونات الصوتية إلى نهج إعلانات العمولة أو التكلفة لكل ألف، وبالطبع لماذا الذين لديهم أعداد صغيرة من المستمعين لا يزال بإمكانهم الموافقة على الإعلانات على أساس التكلفة لكل ألف، والسؤال هو لماذا يتعامل منتج المدونة الصوتية مع وسيط إعلاني أو موقع تقديم إعلانات بدلا من العمل مع المعلنين مباشرة ؟

أولا، يأخذ وسيط الإعلانات نسبة كبيرة - 30 في المئة أو أكثر- من إجمالي الإيرادات التي يحصل عليها منتجو المدونة الصوتية الذين يشغلون إعلانات تأتي من صفقاتهم، قد يكون ذلك سببا كافيا لأن يعمل منتج المدونة الصوتية مباشرة مع المعلن، إلا إن معظم المنتجين لديهم معرفة ضئيلة أو معدومة عن ممن يتصلون للحصول على صفقات الإعلانات.

وحتى لو فعل منتج المدونة الصوتية، يساعد الوسيط الإعلاني بطريقة إضافية، لصالح المنتج الذي لديه عدد قليل من المستمعين، الوسيط الإعلاني أو سمسار الإعلانات يتفاوضون مع المعلنين الذين يريدون، على سبيل المثال 10 آلاف استماع من أشخاص يستمعون إلى إحدى الموضوعات المهمة بالنسبة للمعلن، فمثلا تدوينة صوتية [بودكاست] عن الأفلام والتلفزيون ستكون مكان جيد لشركة نيتفليكس Netflix لوضع إعلاناتها، لا يهتم المعلن إذا كانت العشرة آلاف استماع

تأتي من تدوينة صوتية واحدة أم من ألف - المهم هو الإحصاءات التي تبين بدقة إن الإعلان تم الاستماع إليه أو تحميله 10آلاف مرة (أو 10 آلاف رقم بورتكول انترنت IP)، وهكذا، فإن منتج مدونة صوتية لديه 100 مستمع فقط في الفترة الزمن التي تغطيها صفقة الإعلان (التي قد تكون أسبوعا، أو شهرا، أو عدة أشهر) يمكنها الحصول على نصيب من هذة الصفقة، إذا كان المعلن يدفع ألف دولار نظير 10 آلاف استماع، فإن منتج المدونة الصوتية الذي لديه 100 مستمع فقط سوف يكسب 10 دولار من المشاركة في هذه الصفقة (أو في الواقع 7 دولار بعد خصم حصة الوسيط الإعلاني).

يتطلب وسطاء إعلانات المدونات الصوتية عادة من منتج المدونة الصوتية الموافقة على عدم العمل مباشرة مع أحد المعلنين الذين قد يأتون إلى المنتج من خلال خدمة الوسيط، هذا يبدو عادلا فقط لحماية الوسيط، وهو سبب آخر إلى إن الصفقات المباشرة مع المعلنين نادرة بالنسبة لمعظم منتجي المدونات الصوتية، كما يصر بعض الوسطاء أيضا على إن منتجي المدونات الصوتية الذين يتعاملون معهم لا يقبلوا أي إعلانات أخرى من وسيط غيرهم، ولكن هل ينبغي أن يكون منتج المدونة الصوتية محظوظاً بما يكفي ليطلبه المعلن مباشرة بطريقة لا تتعارض مع أي اتفاقات بين المنتج والوسيط الإعلاني، وأن يكون المنتج من الحكمة بحيث ينظر فيه.

لا يوجد أي جانب سلبي لتشغيل الإعلان على مدونتك الصوتية سوى مقدار الوقت الذي قد يستغرقه للإبلاغ عن الإحصاءات، وهو عادة بضع دقائق فقط، وحتى هذا غير لازم إذا كان الوسيط الإعلاني يقدمون إحصاءاته.

ولكن بعض مستمعي ومنتجي المدونات الصوتية قد يرون جانبا آخر أقل مادية باعتباره عائقا أمام تشغيل الإعلانات على المدونة الصوتية، حيث يضفي الإعلان- ما لم يكن إعلان خدمة عامة- على المدونة الصوتية صبغة "تجارية"، بالطبع ستظل المدونة الصوتية متاحة مجانا، و بهذا المعنى المهم جدا ستكون غير تجارية، سواء كانت متضمنة إعلانات أم لا، ولكن بالنسبة لبعض الأشخاص، وأنا لست منهم، الذين يعتبرون عدم الجدوى التجارية – عدم صنع المال من عمل إبداعي- مثالية في حد ذاتها، فإن عرض إعلان في مدونة صوتية مجانية تماماً يمكن أن يعتبر خيانة بالنسبة إليهم.

تبادل الترويج المجاني – الإعلانـات عـن المـدونات الصـوتية التـي يتبادلهـا منتجـو المـدونات الصوتية ويشغلونها على مدوناتهم دون مقابل - يمكن أن يكون خيارا جذابا بالنسبة لأولئك الـذين يتحاشون أي نوع من الإعلانات التجارية، أو يمكنهم –وغالباً مـا يفعلـون- تشـغيلها جنبـا إلى جنـب مع الإعلانات مدفوعة الأجـر، فمـثلا تشـغل مدونـة (الميكرفـون يفكـر في الأخبـار Mike Thinks News) الصوتية كلا النوعين على حد سواء، وكذلك مدوناتي الصـوتية ضـوء عـلى ضـوء Light On Light ، وأخبار ليفنسون، واسـأل ليـف Ask Lev، ويعمـل التبـادل الترويجـي المجـاني في المـدونات الصوتية بنفس طريقة تبادل الروابط في المدونات، سيفضل منتجو المدونات الصـوتية وضـع عـروض ترويجية لمدوناتهم على أكبر عدد ممكن من المدونات الصوتية الأخـرى، ولكـن لأن كـل إعـلان عـن المدونة الصوتية عند الغير يتطلب منك تشغيل إعلان من الغير عندك ،عليك أن تتأكد إن الإعلانـات لا تسيطر على مدونتك الصوتية.

البث المباشر

يمكن اعتبار المدونة الصوتية شكل من أشكال نشر الصوت بدلا من النص، وفي حالـة مدونـة الفيديو(مدونة صوتية مـع فيـديو والتـي سـوف ندرسـها في الجـزء التـالي)، لـنشر الإنتـاج السـمعي البصري، ولكن يمكن أيضا أن يكون الصوت "بث حي" مباشر على شبكة الإنترنـت، وفي هـذه الحالـة تصبح المدونة الصوتية [بودكاست] شكلا من أشكال البث، أو محطة إذاعية عبر الإنترنت.

في الواقع، بدأ البث الإذاعي التقليدي يبث مباشر على الانترنـت منـذ ثمـاني سـنوات عـلى الأقل، بدأت إذاعة WCBS في مدينة نيويـورك، والتـي بـدأت البـث (تحـت اسـم WAHG) في سبتمبر 1924 "البث المتزامن" على الانترنـت في نهايـة عـام 2004، لا يمكنـك السـؤال عـن مثـال لوسيلة قديمة انضمت إلى عـالم الإعـلام الجديـد أفضـل مـن الصـحف التقليديـة المطبوعـة مثـل صحيفة نيويورك تايمز التي لديها مواقع على الانترنت، عندما كنـت أُستضـاف يوميـاً صـباح كـل أحد في الفترة من عام 2006-2008 عن وسائل الإعلام، والسياسة، والثقافة الشـعبية عـلى راديـو KNX (راجع ليفنسون، " مقابلات"KNX 1070، 2007) – التابعـة لشـبكة سي بي اس CBS في

لوس انجليس- كان البث يذاع على الإنترنت بالتزامن، وكانت غالبية رسائل البريد الإلكتروني التي تلقيتها من مستمعين بالقرب من لوس انجليس، هذه العولمة هي إحدى السمات الرئيسية لوسائل الإعلام الجديدة ، وبالتالي لأحدث وسائل الإعلام الجديدة، وهي إحدى المزايا الرئيسية لبث وسائل الإعلام القديمة المتزامن على الانترنت، والشيء الآخر هو إنه يمكنك سماعها على جهاز الكمبيوتر الخاص بك، أو عن طريق تطبيق على الهاتف الذكي أو الكمبيوتر اللوحي يمكن أن يجعل الاستماع أسهل وأكثر سرية من تشغيل الراديو في مكتبك، ولكن على عكس أحدث وسائل الإعلام الجديدة الحقيقية، فإن بث الراديو المتزامن على شبكة الإنترنت يخضع لنفس الرقابة من أعلى إلى أسفل مثل بث الراديو بالطريقة القديمة، عندما قررت في عام محطة KNX في عام 2008 إنها تريد إظهار مصادر أخبار شبكة CBS ومعلقينها بدلا من المعلقين من الخارج، وانتهت مقابلاتي الأسبوعية على KNX (وحل محلها إجرائهم مقابلات عرضية معي)، وفي المقابل، فإن التدوين الصوتي سواء ، سواء مسجل أو مباشر، ينتهي عندما يقرر منتج المدونة الصوتية، فلا يوجد رئيس بخلاف منتج المحتوى في عالم أحدث وسائل الإعلام الجديدة، (وبالطبع فإن التدوين الصوتي [البودكاست] الذي هو نسخة أو مساعد لتلفزيون الكابل أو لبرامج الإعلام الجماهيري التقليدية التي تظهر في برامج مثل برنامج بيرس مورجان Piers Morgan على محطة سي إن إن CNN أو برنامج راشل مادو Rachel Maddow على محطة MSNBC، وكلاهما يقدمان مدونات صوتية يمكن أن تنتهي إذا وعندما تقرر الشبكة).

انطلق راديو BlogTalk في أغسطس 2006، ويقدم البث المباشر والملفات الصوتية [بودكاست] المحفوظة، وتضم كل من يتقدم بفكرة، وميكروفون، وكومبيوتر متصل بالانترنت، كما يذكر موقع الراديو بوضوح(BlogTalk 2009) "أخيرا، يستطيع شاب يبلغ من العمر 16 عاما من ولاية أوهايو أن يعرب عن آرائه ومشاعره على الهواء مثل المشاهير"، وقال ديفيد ليفين(David Levine 2008) إن ذلك كان "أحدث شكل من أشكال الإعلام الجديد؛ النسخة الصوتية من مدونات الإنترنت"، وبالفعل، راديو BlogTalk يصغر تويتر بخمسة

أشهر، الذي انطلق لأول مرة في مارس 2006 (رغم إن بحلول عام 2009 ليس أصغر من فورسكوير، الذي انطلق على الانترنت بعد عام من مقالة ليفين)، وأنه "النسخة الصوتية" من المدونات، ولكن ملفات الصوت [البودكاست] النقية ستكون مثالا أفضل للمدونة الصوتية، لأن السمة الأكثر تمييزا في راديو BlogTalk هي البث المباشر، التي تجعله يبدو وكأنه مدونة حية أكثر(مدونة مكتوبة ومنشورة فوراً كتعليق على حدث على الهواء مباشرة مثل لعبة البيسبول).

وتعقد المنافسة الرئيسية التي تقيمها إذاعة BlogTalk باسم Talkshoe، ولها جذور تعود إلى أبريل 2005، ولكن انطلقت في شكلها الحالي في يونيو 2006، أو قبل شهرين من إذاعة BlogTalk، الفرق الرئيسي بينهما هو أن Talkshoe دفعت إلى منتجيها مبلغاً صغيراً لكل مستمع وتحميل (في حالة ملفات البودكاست الصوتية)، رغم إن Talkshoe أوقفت "مؤقتا" هذا البرنامج "النقدي" في يونيو 2008، وحتى يناير 2012 هذا "التوقف" كان غير دائم، وفي المقابل، بدأت إذاعة BlogTalk في برنامج تقاسم العائدات الإعلانية مع منتجينها في يناير 2008، والذي يدفع لكلا من إعلانات الصوت المدرجة في البث المباشر، وفي ملفات البودكاست الصوتية، وعلى لافتات الإعلانات الموضوعة على صفحات الويب للبرامج الإذاعية. (كما يقدم Talkshoe صفقات إعلان على ملفاته البودكاست الصوتية مماثلة لما تقدمه Blubrry)، وخلاصة القول، إن من الناحية المالية، كانت الرسوم التي تقدمها إذاعة Talkshoeعلى كل مستمع/ تنزيل مصدر عائدات أكثر موثوقية. (راجع Talkshoe، 2009، لمزيد من التفاصيل).

استضاف Talkshoe ملفاتي البودكاست الصوتية (اسأل ليف)، على عكس إذاعة BlogTalk التي تقدم ملفات بودكاست صوتية كتسجيلات لبرامجها المذاعة مباشر فقط ، كما تقدم إذاعة Talkshoe خيار ملفات البودكاست الصوتية القائمة بذاتها دون وجود البث المباشر (كما في حالة ملفات بودكاست الصوتية الخاصة بكل من Libsyn وMevio)، سوقت شبكة (درس 10 دقائق) ملفاتي الصوتية (اسأل ليف) إلى Talkshoe، وحصلت على نسبة من أرباح (اسأل ليف) في السنة الأولى.

حتـى أول ينـاير 2012، لم تستضـفني أي بـرامج إذاعيـة عـلى الهـواء مبـاشرة عـلى راديـو BlogTalk أو Talkshoe(شاركت كضـيف عـلى برنـامج Shaun OMac في إذاعـة BlogTalk عـن مسلسل الصانع الماهر Journeyman في خريف عام 2007، وفي برنامج شاعر الغجـر Gypsy Poet عـلى إذاعـة BlogTalk في مـايو 2009، وفي برنـامج مايـا ويتيكـر Máia Whitaker عـلى إذاعـة Talkshoe في فبراير 2008) والسبب في إنني لم أُستضف في برنامج مباشر هو إنني لا أريد أن أكـون محبوس في وقـت محـدد؛ أقـدر قـوة مُنـتج البودكاسـت في تسـجيله البودكاسـت في الأوقـات التـي يختارها، وهو ما يسلط الضوء عـلى أحـد القـرارات الرئيسـية لكـل منتجـي أحـدث وسـائل الإعـلام الجديدة – التدوين المبـاشر مقابـل التـدوين "المنـتظم"، والحـوارات الحيـة عـلى تـويتر مقابـل نشر تغريدات للقراءة لاحقـا، وبـث الصـوت (والفيـديو) مبـاشر مقابـل بـث ملفـات الصـوت والفيـديو المسجلةPodcast&vidcast ، ويرجع الخيـار إلى أكـثر مـن عقـد مـن الزمـان، إلى التعبـير الأول مـن وسـائل الإعـلام الجديـدة في أواخـر الثمانينـات، وأوائـل التسـعينات، ومزايـا الدردشـة، أو الرسـائل الفورية، مقابل البريد الإلكتروني، بالطبع كلا الطريقتين لهما مزايا- تماما مثل الحوار الحـي في مقابـل كتابة الرسائل في العالم قبل البريد الإلكـتروني- وهـو السـبب في إن وسـائل الإعـلام الاجتماعيـة مثـل فيسبوك تقدم كلا من الرسائل الفورية والبريد الإلكتروني، فمثلا يستطيع مُنتِج البرنامج المبـاشر عـلى إحدى أحدث وسائل الإعلام الجديدة مثـل إذاعـات BlogTalk Radio وTalkshoe الحصـول عـلى تسجيل البرنامج وحفظه كملف صوتي Podcast بدون الاحتياج إلى أي عمل إضـافي، ولكـن تسـجيل بودكاست من بث مباشر قد يفتقر إلى بعض المؤثرات الصوتية وقواعد انتاج البودكاست من بدايتـه – تماماً مثل سيكون انتاج فيلم من عرض مسرحي مختلفا عن انتاج فيلم كفيلم منذ البدايـة، وهـذا يعني إن الشخص الذي يوزان بين إنتاج بث مباشر وبين ملف صوت مسجل [بودكاست] لا يـزال في حاجة إلى تحديد ما هو أكثر انسجاما مـع رغبـة المُنـتِج في انتاجـه (راجـع "احتلـوا وول سـتريت" في الفصل العاشر في بث الفيديو المباشر كوسيلة إخبارية أساسية).

وتظهر قضايا مماثلة مع البث الحي التفاعلي في مجـال التعلـيم أو النـدوات

على الإنترنت.

الندوات على الإنترنت و بث تسجيلات الفيديو على الانترنت Vidcasts

لا يحتاج بث الفيديو المباشر أن يكون تفاعليا- يمكن بث البرنامج بدون أي مداخلات من المتصلين أو أي شخص آخر سوى المُنتِج – ولكن كل برنامج مباشر في إحدى أحدث وسائل الإعلام الجديدة سمعت عنه من قبل لديه متصلين بارزين يتصلون بالبرنامج عن طريق برنامج الصوت عبر بورتكول الإنترنت VOIP أو عبر الهاتف، وفي المقابل، رغم إن البث الإذاعي يمكنه دمج المتصلين في برامج البث المباشر، وهو ما يحدث بالفعل، فإن هذه المكالمات تحدث في المحطة الإذاعية، أي في مصدر البث، وليس عبر الانترنت (إلا إذا كان الطالب يستخدم برنامج الصوت عبر بورتكول الإنترنت VOIP الهاتف للوصول إلى غرفة التحكم في محطة الراديو)، وبالتالي، هناك فرق آخر بين البث المباشر على أحدث وسائل الإعلام الجديدة والبث المباشر عبر وسائل الإعلام القديمة على شبكة الإنترنت هو إن البث المباشر في أحدث وسائل الإعلام الجديدة يمكنه بسهولة استقبال اتصالات هاتفية من أشخاص من أي مكان في العالم، بدون أي تكلفة عليهم.

الاتصالات الهاتفية عن طريق الكمبيوتر هي جوهر الندوات عبر الإنترنت webinars- الندوات التي تعقد عبر الويب – ويمكن تمييزها عن المحاضرات الحية التي تكون الاتصالات فيها غير مهمة للعرض، وتتم الندوات عبر الإنترنت عن طريق منظمات مثل Go To Meeting أو ReadyTalk أو أي رقم من المنظمات المماثلة، وتبدأ ببريد إلكتروني تحضيري مُرسل إلى مشارك أو أكثر مع توقيت محدد، ورابط للوصول إلى موقع الندوة على الانترنت، وكما في حالة ملف الصوت المسجل على الإنترنت [البودكاست] يمكن إجراء الندوة على الإنترنت [الويبينار] عبر سماعات وميكروفون الكمبيوتر، ولكن يكون الصوت أكثر وضوحا وخصوصية عندما يكون لدى المتصل سماعات رأس أو أذن ويستخدم ميكروفون أكثر مهنية، ويمكن لمنسق الندوة أو مديرها معرفة من الذي قام بتسجيل الدخول إلى موقع الندوة، كما يستطيع اختبار كفاءة الاتصالات.

في ندوات الإنترنت الاعتيادية، يتحكم المنسق في من يستطيع التحدث –

كـما يحـدث في الاتصـالات الهاتفيـة في الـبرامج عـلى إذاعـة BlogTalk، ولكـن عـلى عكـس إذاعـة BlogTalk وTalkshoe التي تكون فيها صفحة الويب ثانوية والمحادثة أساسية، فإن صفحة الويب في حالة ندوة الإنترنت في نفس أهمية المحادثة، وفي ندوة الإنترنت المعتمدة على الوسائط المتعـددة بالكامل، يجري منسق الندوة جولة في صفحة الويب، وتشغيل ملفات الفيديو، وتوضيح الرسومات، وعرض البرامج، وسوف يرى المشاركون كل هذا على أجهزتهم مـن الكمبيـوتر المكتبـي، أو الهواتـف الذكية، أو شاشات الكمبيـوتر اللـوحي ، وسـوف يسـمعون المنسـق يصـف مـا يحـدث في الفيـديو والوسائط المتعددة الأخرى، وسوف يكونوا قادرين عـلى طـرح الأسـئلة وإجابتهـا، وغالبـاً مـا تتـوافر مربعات الدردشة النصية في حالة انقطاع الصوت أو عدم وضوحه أو إذا كان المنسـق أو المشـاركون يريدون كتابة شيء أسهل من نطقه مثل ذكر عنـوان مواقـع انترنـت URL، وإذا كـان لـدى المنسـق والمسـتخدم كـاميرا ويـب، يمكـن أن تكـون نـدوة الانترنـت فيـديو، ولكنهـا ليسـت ضروريـة لنـدوة الانترنت، إلا في بعض الخصائص البصرية مثل أن يكون ما يرتديه المشاركون في ندوة الانترنـت وثيـق الصلة بموضوع الندوة.

يمكن أن يحتوي ملف التسجيل الصوتي [البودكاست] على فيديو مع الصوت بدلا من صوت فقط كما أوضحنا سابقا، ويختلـف اسـتخدامه كـما تبعـاً لمـا يُسـمى لاحقـا – Vidcast أوPodcast فقط، ولكن ربما تسـمية "بودكاسـت" أكـثر منطقيـة، لأن البادئـة "بـود pod" لا تعنـي في جوهرهـا الصوت ولا الفيديو، وإنمـا مسـتمدة مـن جهـاز أي بـود iPod. ولـذلك قـد تبـدو التسـميات الأكـثر منطقيـة لـذلك البودكاسـت هـي إمـا بـث فيـديو vidcasts أو بـث صـوت audiocasts ، ولكـن المصطلحات المشهورة قد لا تكون بالضرورة الأكثر منطقية.

وفي الواقع أيا كان ما يطلق عليه فإن بث الفيديو vidcasts المنشـور عـلى موقـع يوتيـوب و أي تيونز أكثر بروزا باضطراد في ثقافتنا من بودكاست الصوت Audio podcastوالذي يأخذ في نواح كثـيرة المرتبة الثانية تحت بث الفيديو vidcasts حيث إن وسائل إعلام البودكاست المتطورة تماماً مثـل وسـائل إعلام البث من ما فعلتـه الإذاعـة في مقابـل التليفزيـون، وقنـوات الفاتيكـان، وملكـة إنجلـترا، والـرئيس

الامريكي على يوتيوب التي ناقشناها في الفصل الرابع هي بث فيديو مسجل في الأساس (ليست بث مباشر)، وعلى مستوى الهواة من مستهلكي الإعلام الذين أصبحوا منتجين، تفضل مواقع مثل Mevio بث الفيديو vidcasts عن بودكاست الصوت كمستفيد من صفقاتها الإعلانية، ومخطط إنتاج بث الفيديوvidcast هو نفس مخطط إنتاج بودكاست الصوت، لكن مع مزيد من العمل والموهبة الإضافيين اللازمين للإضاءة، وتأطير الصورة، وتحرير الفيديو لبث الفيديوvidcast .

ويمكن إجراء الندوات عبر الإنترنت Webinars، سواء صوتية أو فيديوية، لأغراض تجارية، أو تعليمية، أو ترفيهية، إذا كان لدى جهاز كمبيوتر المستخدم ذاكرة كبيرة بما يكفي؛ يمكنه استخدام البريد الإلكتروني ووظائف الكومبيوتر العادية الأخرى خلال الندوة ولكن مدى قوة أجهزة الكمبيوتر المحمولة أو المكتبية الخاصة بالمشاركين في الندوة من منسق وأعضاء هي الحلقة الضعيفة في الندوات عبر الانترنت، وفي عشرات الندوات التي حضرتها (كانت الغالبية منها على سكندلايف، راجع الجزء السابق) نادرا ما يتوافر وقت لدى أحد المشاركين الذين يصمتون ويكون عليهم تسجيل الدخول مرة أخرى لاستئناف المشاركة، كما إن برمجيات الندوات عبر الإنترنت تحد من عدد المشاركين.

ويمكن اعتبار ندوات الانترنت واستخداماتها التعليمية إحدى أسمى تطبيقات أحدث وسائل الإعلام الجديدة، بالطبع يمكن إجراء ندوة عبر الانترنت خاصة أو مغلقة على أي موضوع- بما في ذلك النشاط الإجرامي المخطط له، وفي الفصل التالي، ننتقل إلى "الجانب المظلم من أحدث وسائل الإعلام الجديدة".

الفصل التاسع

الجوانب السلبية من أحدث وسائل الإعلام الجديدة

لعقود كنت أقدم محاضرة لطلابي، وفي المؤتمرات والندوات، بعنوان "البنادق والسكاكين، والوسائد"، وتهدف المحاضرة إلى الإجابة عن سؤال عما إذا كان بعض التقنيات جيدة أو سيئة في حد ذاتها في استخدامها وتؤثر على الناس.

أبدأ بالبنادق- فهي تقتل وتجرح الناس وهي أدوات جريمة، وبالطبع فإنها تجعل ارتكاب بعض الجرائم العنيفة ممكناً، وبالتالي فإن البندقية سيئة، أليس كذلك؟ إنها سلاح يمكن أن تكون حياتنا أفضل بدونها، ولكن ماذا إذا كان الشخص يستخدم البندقية كسلاح لوقف أو منع جريمة؟ أو ليس كسلاح ضد الأشخاص على الإطلاق، بل كوسيلة للحصول على الطعام؟ أو بوصفها تكنولوجيا رياضية؟أو مرة أخرى كسلاح، ولكن للدفاع عن أمتنا ضد الهجوم العنيف؟ هذه الحالات توضح إن رغم إننا قد نقول إن العالم ككل سيكون أفضل بدون بنادق، فلا يمكننا النظر إليها كأجهزة شر فقط أو حصرا.

حسنا، ماذا إذن عن الجانب الآخر – هل يمكننا التفكير في التكنولوجيا دوما على إنها جيدة فقط؟ هل هناك جهاز ليس له أي آثار سيئة؟ ماذا عن الوسادة؟ إنها لينة ومريحة، وتساعدنا على النوم، حتى الآن جيدة جدا، ولكن يمكن استخدامها أيضا لخنق شخص ما، وهو ما يعني إن الوسادة يمكن استخدامها لتحقيق شيء سيء، مثلما لا يمكن اعتبار البندقية مجرد تقنية "سيئة"، لا يمكن اعتبار الوسادة جيدة فقط، في الواقع تتشابه البنادق والوسائد في إن كلاهما يمكن استخدامه لأغراض جيدة أو سيئة على السواء.

ربما المشكلة هي إننا ننظر في أمثلة ضعيفة، ماذا عن التكنولوجيات الأكثر قوة وقدرة؟ بدأت الطاقة النووية، والذرية بسمعة سيئة للغاية - قنابل ذرية وأسلحة

نووية، ورغم إنها كانت عنصرا غامضا من الناحية الأخلاقية؛ فإن المؤرخين لا يزالون يتجـادلون حـول ما إذا كان الرئيس هاري ترومان على حق عندما ضرب اليابان بالقنبلـة الذريـة مـرتين، فمـن ناحيـة سرعان ما أوصلت العالم إلى الحرب الباردة التي تلت ذلك، وإلى حافة الدمار الذري، وقتلت العديـد من المدنيين الأبرياء في اليابان، ومن ناحية أخرى، فإن الحكومـة اليابانيـة كانـت تصر عـلى اسـتمرار الحرب، وهو ما كان يعني وفـاة المزيـد مـن الجنـود الأمـريكيين، لـو لم تكـن القنبلـة قـد أُسـقطت، واليابان هي التي هاجمت الولايات المتحدة لتبدأ الحرب، وليس العكس، علاوة على ذلك، بالإضـافة إلى تلـك الخلافـات الأخلاقيـة، أُسـتخدمت الطاقـة النوويـة بفاعليـة كمصـدر طاقـة لتوليـد الطاقـة الكهربائية بلا منـازع، وفي مجـال الطـب عـن طريـق العـلاج الإشـعاعي، وبالتـالي يتضـح إن الطاقـة النووية مثل البنادق والوسائد لها نتائج إيجابية وسلبية على البشرية.

هل يمكننا التفكير في أي مثال على تقنية جيدة أقوى؟ ماذا عن الطب، والمبنـي عـلى أسـاس فهمـه للميكروبـات والفيروسـات، باعتبارهـا عـلاج أو تقلـل مـن ضرر المـرض؟ للأسـف، نفـس تلـك التكنولوجيا يمكن أن تتحول إلى سلاح خطير مثل الأسلحة النووية – وهي الأسلحة الجرثومية، والتي أُستخدمت بالطبع في الحرب العالمية الأولى، كما استخدمها صدام حسين ضد إيـران وضـد شـعبه في العراق، ولكن حتى أدولف هتلر، خشية استخدامها ضد القوات الألمانية، امتنـع عـن اسـتخدامها في الحرب العالمية الثانية، لذا التكنولوجيـا الطبيـة تنتهـي إلى نفـس فئـة البنـادق، والوسـائد، والطاقـة النووية: جميعها يمكن استخدامه لأغراض جيدة وسيئة على السواء.

بالفعل أفضل وصـف لقـدرة أي تكنولوجيـا عـلى أن تكـون جيـدة أو سـيئة، هـو إنهـا مثـل السكاكين؛ يمكن استخدام السكين لتقطيع الطعام، وهو أمر جيد، أو طعن شخص بـريء، وهـو أمـر سيء، العامل الحاسم في تحديد ما إذا كانـت السـكين - أو أي تكنولوجيـا كانـت – جيـدة أم سـيئة ليس التكنولوجيا بل الإنسان أو مجموعة البشر الذين يستخدمون التكنولوجيا.

في هذا الفصل، ندرس كيف يمكن اسـتخدام سـكاكين أحـدث وسـائل الإعـلام

الجديدة، التي درسنا معظم مزاياها حتى هذة اللحظة، بأيدي آثمة، أو لغـرض سيء، وبالتـالي علينـا النظر في كيف يمكن استخدام مزايا أحدث وسائل الإعلام الجديدة لأذيتنا إذا ما استخدمها الأشخاص أصحاب النوايا الشريرة.

انتهاكات ما قبل أحدث وسائل الإعلام الجديـدة: الترهيـبBullying، والعدائيـة Flaming، والتصيدTrolling

تسبق بعض تجاوزات وسوء استخدام الويب ظهور أحدث وسائل الإعـلام الجديـدة، وكانـت بالفعل جزءا من مجموعة وسائل الإعلام الجديدة الأقدم التـي نشـأت منهـا أحـدث وسـائل الإعـلام الجديدة.

يمكـن اسـتخدام البريـد الإلكـتروني، كـما هـو الحـال في كـل أنـواع الاتصـالات، في التحـرش، والترهيب عبر الانترنت cyberbully، فمثلا استخدمت لوري درو نظام رسـائل مـاي سـبيس لإرسـال رسائل خادعة "سيكون العالم أفضل بدونك" (راجع الفصل السابق)، ولكن كان يمكنهـا إرسـال هـذة الرسالة بسهولة من أي بريد إلكتروني آخر، وفي الواقع، يُستخدم البريد الإلكتروني لنقل جميـع أنـواع الرسائل غير المرغوب فيها spam والاحتيالscams، بدءا من إعلانات الطـرق السـهلة لزيـادة قوتـك الجنسية؛ إلى العروض بإيداع أرملة يائسة على الجانب الآخر من العالم ملايين الدولارات في حسابك، من أجل الحصول على معلومات عن حسابك المصرفي؛ وحتى حثك بالرسـائل عـلى تسـجيل الـدخول إلى حسابك على باي بال PayPal فورا، والمصـممة لجعلـك تعطـي كلمـة السر بـدون أن تـدري إلى شخص سينظف حسابك.

بالطبع ألعاب الثقة تسبق الإنترنت، وربما كانت موجودة منذ عصر إنسـان الـعصر الحجـري الكرومانيون Cro-Magnons الذي افتتن افتتانا ساذجاً بأفضل ما لـديهم مـن قواقـع وفـراء، ولكـن غياب الوجة والصوت في البريـد الإلكـتروني جعلتـه منـذ وقـت طويـل مناسـب تمامـا لجميـع أنـواع الاحتيال، وربما كان الترهيب يدور في دوائر إنسان العصر الحجري أيضاً- فهـو بالتأكيـد ملمـح مـؤلم من أحواش مدارسنا منذ زمن طويـل، مجهولـو الوجـه والصـوت والاسـم عـلى الويـب جعلـوا فـرض الترهيب أسهل أيضا.

ولكــن الترهيــب في حــوش المدرســة أو أي مكــان مــادي عــادةً مــا يكــون أكــثر خطــورة

من الترهيـب عـبر الإنترنـت،لأن الترهيـب الجسـدي مُتضَـمِن ويمكـن أن يتصـاعد إلى "ضرب أسـفل الحزام" وكما رأينا في الفصل الرابع عن يوتيوب، للأسـف، مُـنح الترهيـب المـادي دافعـاً إضـافيا، مـن خلال توفير مقاطع فيديو تم تحميلها من الضرب إلى الجمهور في جميع أنحاء العالم، فمـثلا دخلـت فيكتوريا ليندسي، وهي فتاة تبلغ من العمر 16 عامـا في فلوريـدا، المستشـفى في مـارس 2008 بعـد ضربها ضرباً مبرحا من ست فتيات في سن المراهقة، اللائي صورنها وأبلغن الشرطة إن ما فعلنـه كـان رداً على "القذارات" التـي نشرتهـا الضـحية عـنهن في مـاي سـبيس، "وتقـول الشرطـة إن المراهقـات خططن لنشر الفيديو على موقع يوتيوب"، حسبما ذكر ريـتش فيليـبسRich Phillips عـلى شـبكة سي إن إن(CNN 2008)، وأشار إلى إن "ربما تبدو فكرة الفتيـات الـلائي يـدبرن علقـة عنيفـة حتـى يتمكنَّ من نشر الفيديو على الانترنت صادمة، لكنها أصبحت سيناريو شائعا باضطراد، وفقا للخـبراء، والتقارير الإخبارية"، وعرضت المشتبهات فيهن مساومات في نوفمبر 2008 (جيري، 2008).

وبالتالي فإن اليوتيوب كأحد أحدث وسـائل الإعـلام الجديـدة يمكـن أن يكـون بمثابـة مُسَرِّع للإساءات القديمة من الترهيب البدني، ولكن يمكن أن يعمل أيضا للحد مـن الترهيـب الإضـافي، بعـد نشر الفيديو على يوتيوب، أحد عيوب الترهيـب الشـخصي -عيـب بالنسـبة للبلطجيـة، ولكـن ميـزة للضحايا المحتملين والفعليين والعالم بأسره - هو إن البلطجية يمكن تحديدهم بوضوح عادة، وهـذا، بالطبع، لا يوقف البلطجية الذين يريدون مشاهدة أنفسهم عـلى يوتيـوب، ولكنـه يسـاعد الشرطـة على إلقاء القبض عليهم (كما تقول مانجو Manjoo، 2008، يمكن ردع البلطجيـة المحتملـين بفكـرة إن الشرطة قد تراهم في فيديو يوتيوب التقطه أحد المتفرجين، راجع الفصـل الرابـع لمعرفـة المزيـد عن هذه الآثار العلاجية الممكنة لموقع يوتيوب)، الترهيب البدني، ومـن خـلال الإنترنـت، والعدائيـة، ومثل كل هذه الانتهاكات تزدهر في ظل مجهولية الفاعل.

ترجع العدائية إلى أصول التواصل عبر الإنترنـت في الثمانينـات؛ ولاحظتـه في أول فصل على الإنترنت درست له في في معهد العلوم السلوكية الغربيـة في سـبتمبر 1984، وكـان الطـلاب مـن كبـار المـديرين التنفيـذيين في مجـال الأعـمال التجاريـة

والخدمة العامة، إلى جانب العديد من جنرالات الجيش، واستخدمنا جميعاً أجهزة كمبيوتر من نوع Kaypro II وأجهزة مودم من نوع 300-1200 نقطة للاتصال، في هذه الحالة، استخدم الناس أسمائهم الحقيقية – كنا قد التقينا قبلها بعدة أشهر في حلقة دراسية وجهاً لوجة، وعدم وجود غطاء الاسم المستعار قلص من العدائية على الأرجح، ولكن مع ذلك كانت هناك تعليقات مُدخلَة في وقت متأخر من الليل، عندما تمادى أحد الطلاب في انتقاد طالب آخر أكثر مما رأى هؤلاء رجال الأعمال ومديري الخدمة العامة كطلاب في تعاملهم وجهاً لوجة منذ سنوات سابقة، أو مما رأوا كمديري أعمال في وقت الدورة على شبكة الإنترنت، وأدركت آنذاك أن التشابك العصبي بين الغضب والتعبير عنه يكون أقصر وأسرع كثيراً عندما يذهب إلى الأصابع على لوحة المفاتيح بدلا من الألسنة في المحادثة وجهاً لوجه (راجع ليفنسون،1997؛ وإستراتي Strate وآخرون، 2003؛ وبارنز Barnes، 2012؛ للمزيد).

يصبح التشابك العصبي أقصر وأكثر بشاعة فقط عندما تكون الأسماء والهويات الحقيقية غير معروفة، هنا تقييم مستخدمة للعدائية التي شاهدتها من مستخدم آخر على موقع شعبي عن نظرية المؤامرة في نوفمبر 2008: "يمكنك إخفاء ردائتك وتنفث حقدك من وراء هويتك المخفية، وتهاجم/ تتهم/ توبخ شخص يمكنه أن يوجعك بالتأكيد لو كان يتخفى في معطف طويل مثلك"، هذا التحليل للعدائية يمنح أهمية مضاعفة لمجهولية الهوية: إنها تشجع الشخص العدائي ولكنها تقيد الضحية (التي لا "ترتدي معطفا طويلا بالمثل") من الاستجابة العينية، وهو ما يجعله فرصة مثالية للأسف، رغم إن العدائية والاستهداف كلاهما على حد سواء وراء الشخصية، والمدى المادي، والعدائيون تشجعهم تلك المسافة على التنفيس عن غضبهم أو تظلمهم، لذا فإن الهدف من استخدام اسمه الحقيقي، يُعتنى به اعتناء شديداً في التعليق والاستجابة، لأن تلك التعليقات ستترك سجلا يمكن تتبعه إلى حياة المعلق الحقيقية.

التصيد، والذي يعود أيضا إلى أصول التواصل عبر الإنترنت في الثمانينات، عادة ما يكون مجهول لكثير من نفس الأسباب، ولكن يمكن للمستخدمين التصيد

باسمائهم الحقيقية كذلك، مثلما يحدث عندما يكتب متصيد سياسي تعليقات لغرض تأجيج وإغضاب ذوي الآراء السياسية المختلفة أو العكس، على منشورات مدونتي الداعمة لباراك أوباما في الحملة الرئاسية لعام 2008، واجهت في قسم التعليقات العديد من المتصيدين الجمهوريين أو المحافظين الذين يشعرون بالفخر لاستخدام أسمائهم الحقيقية.

ولكن ما يشكل تعليق كتبه متصيد مقابل تعليق كتبه شخص ما له رأي مختلف حقا، سياسي أو غير ذلك؟ أحيانا يكون من الصعب معرفة الفرق، ولكن السمة المميزة لتعليق المتصيد هي إن الغرض منه هو إثارة رد فعل غاضب، وليس الحوار،فمثلا أحد تعليقات المتصيدين "سيعمل أوباما العمل مع أولئك الذين يشاركونه دينه الإسلامي الإرهابي لتدمير الولايات المتحدة"، و(يقول ماثياس شوارتز Mattathias Schwartz في "المتصيدون بيننا،" 2008، إن المتصيد كان معروفاً منذ فترة طويلة بإنه "الشخص الذي يعطل عمدا مجتمعات الانترنت")، وفي المقابل، تعليق مثل "سياسة أوباما في الرعاية الصحية سوف تلحق بالرعاية الصحية في أمريكا ضررا بالغا، وتحمل الأمة مزيدا من الديون" يمكن أن يكون مثالا جيدا لوجهة نظر في حوار متواصل.

محاولات حقيقية في الحوار تدعو إلى الاستجابة العقلانية - أو الرد الذي يستخدم نوعا من المنطق أو يقدم أدلة تؤيد وجهة نظره - وهو ما يقترح استراتيجية لمكافحة التصيد، "لا تطعم المتصيد" وهي النصيحة التي يقدمها العديد من المناقشين على الإنترنت في محاولة لإسكات أو كتم صوت المُعلِق المخرب، لأن هدف المتصيد هو تعطيل المحادثة عبر الإنترنت من خلال صرف الانتباه بعيدا عن المحادثة ونحو المتصيد، لذا فإن تجويع المتصيد للاهتمام منطقي. (راجع ستيرنبرج Sternberg، 2012، لمعرفة المزيد عن التصيد، وخاصة تاريخها في التسعينات)

ومن المفارقات، إن العدائية يمكن أن تظهر من محاولة حقيقية في الحوار، عندما يفقد واحدا أو أكثر من الأشخاص المشاركين في المحادثة أعصابهم، في المقابل، التصيد هو محاولة متعمدة لإخماد حوار، قد يكون المتصيد أكثر اشتعالا من العدائي، الذي أراه يعتذر وأحيانا يترك منتدى الإنترنت تماما بعد إبداء الندم عن

البدء في العدائية ومتابعتها، مع ذلك، وجد مركز بيو للابحاث إن "السلوك السلبي، مثل التصيد، يظل استثناء مقبولا في 85٪ على الأقل عند مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية (نورثوندوم 2012،Northendom)- أي أن عندما يحدث التصيد لا يعطل خبرة وسيلة الإعلام الجديدة المُرضيَّة عند 85٪ على الأقل من المستخدمين.

النميمة على الانترنت والترهيب عبر الإنترنت

النميمة على الانترنت أيضا لديها أيضاً جذور في وسائل الإعلام الرقمية غير المتصلة بالإنترنت في وقت سابق ولكنها تقدم لنا المزيد في عالم أحدث وسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة، الترهيب عبر الإنترنت، والذي عادة ما ينطوي على مجموعة من المستخدمين على الانترنت "يتحالفون ضد" مستخدم آخر ويزعمون "قذرات" أو غير ذلك بغرض السخرية من هدفهم وإحراجه، يغذي النميمة، ويمكن تأجيجه بالعدائية (ليست قضية لوري درو/ ميجان ماير مثال في الحقيقة على الترهيب عبر الإنترنت، رغم إن تقارير وسائل الإعلام نشرتها على إنها ترهيب عبر الإنترنت، وهو السبب في استخدامي هذا المصطلح للحديث عن هذة القضية في هذا الكتاب، وعلى شبكة الإنترنت، ولكنها بدلا من ذلك، مثال على ترهيب بالغ لمراهق، راجع جزء "الترهيب على الإنترنت")

النميمة على الانترنت لديها جذور ملونة في الصحف، والتي تعود إلى والتر وينشل Walter Winchell على الأقل في العشرينات، كما هو الحال في جميع أمور أحدث وسائل الإعلام الجديدة، الفرق بين أعمدة والتر وينشل في نيويورك ديلي جرافيك (ولاحقا في نيويورك ميرور) وبين النميمة على الانترنت وصولا إلى الترهيب على الإنترنت هو أن وينشل، إد سوليفان، ولولا بارسونز تقدم نميمة عن المشاهير، في حين النميمة على الانترنت هي في كثير من الأحيان عن الطفل الذي يجلس إلى جانبك في الفصل، فمثلا تفاخر موقع JuicyCampus.com خلال فترة عمله من2007-2009 بأن "100٪ من منشوراته بالكامل مجهولة المصدر"، محفزا مستخدميه "امنحونا العصير" – أي الحكايات المثيرة عن الناس في الحرم الجامعي، والتي قد تكون أو لا تكون صحيحة، عندما دخلت الموقع في عام 2008،

وجدت هذا على الصفحة الأولى عن طالبة في إحدى الجامعات الكبرى: "فتاة ضائعة حقا"، بالبحث في جامعة أخرى، وجدت نميمة منشورة منذ بضعة أيام: "ما رأيك في هذه الفتاة؟ سمعت إن لديها وشم على شكل قطة تحت سروالها الداخلي"، ثلاثة وأربعون في المئة من السبعة أشخاص الذين صوتوا على هذة النميمة اتفقوا على إنها صحيحة.

تقوي النميمة على الانترنت من الترهيب عبر الإنترنت عندما توجه الرسائل البذيئة إلى الهدف، وبالتالي يراها الهدف، والأشخاص الذين يرسلون الرسائل يعملون بقصد أو عن غير قصد ليس كأفراد متباينين بل كمجموعة، وذكر تقرير منظمة أنا آمن(I-Safe 2009) خلال العام الدراسي 2003-2004 إن "42٪ من الاطفال تعرضوا للترهيب عبر الإنترنت"، وظل هذا الرقم ثابت خلال الفترة 2007-2008 في تقرير المركز الوطني لمنع الجريمة مشيرا إلى أن "40٪ من إجمالي المراهقين الذين لديهم وصول إلى الإنترنت تعرضوا للترهيب على الانترنت"خلال تلك السنة (تحذير الترهيب عبر الإنترنت Cyberbully Alert، 2008)، فمثلا انتحر ريان هاليجان، 13 عاما، في أكتوبر عام 2003 بعد مجموعة من رسائل الترهيب الشخصية (أسوشيتدبرس، 2007)، ولأن ماي سبيس لم تُدشن على الانترنت حتى أغسطس عام 2003، وفيسبوك لم يكن موجوداً حتى فبراير عام 2004، فإن استقرار نسبة 40 في المئة بين عامي 2003-2004 حتى 2007-2008 تشير إلى أن ماي سبيس وفيسبوك ورثا الترهيب عبر الإنترنت من وسائل الإعلام الاجتماعية السابقة، مثل الرسائل الفورية وغرف الدردشة، وفي الواقع، وأشار تقرير أنا آمن مع المسح الذي أجرته عام 2004 إن "الطلاب الدهاة يستخدمون التراسل الفوري، والبريد الإلكتروني، وغرف الدردشة، والمواقع التي يصنعونها لإذلال زملائهم"، وبحلول عام 2008، شمل تقرير تحذير الترهيب عبر الإنترنت Cyberbully Alert موقع ماي سبيس: "غرف الدردشة، وماي سبيس، والبريد الإلكتروني والرسائل الفورية وأدوات أخرى على الإنترنت ساعدت في صنع وباء الترهيب عبر الإنترنت"، وسرعان ما ينتشر الوباء إلى إحدى أحدث وسائل الإعلام الجديدة أخرى.

وفي يناير 2010 انتحرت الأميرة فيبـي Phoebe، 15 عامـا، بعـد حملـة ترهيـب شـعواء عـبر الإنترنت حتى إن تـرك التعليقـات المُسـتهزِأة عـلى صـفحتها في فيسـبوك اسـتمر حتـى بعـد وفاتهـا (جـيمسJames، 2010)، وبحلـول سـبتمبر 2010، زَوَّد تـويتر والبـث المبـاشر للفيـديو مـن سـطوة الترهيب عبر الإنترنت مـما أدى إلى انتحـار طالـب جـامعي آخـر، 18 عامـا، تـايلر كليمنتـي Tyler Clementi من جامعة روتجرز Rutgers بعد تصوير لقائـه الجـنسي المـثلي دون علمـه، وبثـه عـلى تويتر، وكتابة تغريدات عنه (بيتس Pitts، 2010)، وحوكم دارون رافي Dharun Ravi جار كليمنتـي في السكن وأُدين بجريمة انتهاك الخصوصية والترهيب المتحيز (ألين وعلي، 2012).

أما الإجراءات العلاجية التي أوصت بها منظمـة أنـا آمـن فهـي نفـس الإجـراءات التقليديـة لترهيب حوش المدرسة: ينبغي على الضحية تعريـف مسـؤولي المدرسـة أو الوالـدين أو أي شـخص بالغ موثوق فيـه بالترهيـب، والاتصـال بالشرطـة في حالـة التهديـد بـالأذى الجسـدي - مـع نصـيحة إضافية، مناسبة للأشخاص أهداف التسـلط عـبر الإنترنـت هـي منـع كـل حسـابات البلطجـي الـذي يرهبهم على الانترنت، والاحتفاظ بنسخ من جميع رسائل الترهيب، ولكن في حالة تايلر كليمنتـي، لم يكن هناك وقت كاف لفعل ذلك – لقد حدث الضرر في لحظة بث الفيديو، الفورية في عالم أحـدث وسائل الإعلام الجديدة التي تبدو كميزة في الكثير من المواقف التـي تكـون فيهـا كـذلك، هـي أيضـا ميزة لأولئك الذين يستخدمونها لأغراض شريرة.

أحد أهداف الرد على الترهيب عبر الإنترنت هو وقفه قبل أن يتصاعد إلى ملاحقـة عـبر الإنترنت cyberstalking، والتي يمكن أن تأخـذ الإسـاءة خـارج حـوش المدرسـة الافـتراضي، إلى مكان آخر أكثر خطورة، فمثلا تلقت تلقت كـاثي سـييرا Kathy Sierra تعليقـات مسـيئة عـلى مدونتها، تتراوح مبدئيا من "الإهانات العادية إلى القاذورات الجنسية البحتـة"، والتـي تحولـت بعد ذلك إلى عنيفة، مع منشورات مثل "...آمل أن يشق شخص مـا عنقـك..." (والـش Walsh، 2007)، فتوقفت سـييرا عـن الكتابـة عـلى مـدونتها، "مسـحت جميـع محاضراتهـا"، وأضـافت "أخشى ترك مساحتي" (بي بي سي، 2007)، وظلت مدونتها سجلا عاما للتعليقـات عـلى تـدوين

سيرا السابق (سيرا، 2007)، واعتبرت قضيتها مثالا مقلقا ليس فقط على حثالة البشرية الذين يرهبون، بل هذا الترهيب عبر الإنترنت قد يستهدف بالغين ومهنيين وينحرف إلى نوع من الملاحقة عبر الإنترنت تجعل الضحية تخشى ترك مساحتها الخاصة.

الملاحقة عبر الإنترنت cyberstalking

إذا كان الترهيب عبر الإنترنت cyberbullying عادةً ما يكون نشاط جماعي، فإن الملاحقة عبر الإنترنت cyberstalking عادةً فردية، تماما مثل المطاردة من مريض نفسي أو أي نوع آخر من أفراد لديهم هوس أو غير منسجمين مع العالم الواقعي. جوهر الملاحقة عبر الإنترنت هو رصد الشخص المستهدف أو الاتصال عبه عبر الإنترنت غير المرغوب فيه والمستمر إلى حد الهوس (راجع نتلينجوNetlingo، 2009)، ومثل المطاردة في العالم الحقيقي يمكن أن تكون أكثر خطورة بكثير من الترهيب في حوش المدرسة التقليدية، لذا يمكن أن يكون تأثير الملاحقة عبر الإنترنت أسوأ من الترهيب عبر الإنترنت، في الواقع لاحقت لوري درو ميجان ماير – أولا بالمودة المختلقة، ثم تعليق عنيف - وميجان ماير انتزعت حياتها الخاصة (راجع الفصل السابق)، تتضمن الأمثلة الأكثر شيوعا للملاحقة عبر الإنترنت مُطارِد في العالم الواقعي، ومحبة من طرف واحد للشخص المستهدف أو الهوس به، وذكر المكتب الاستشاري لاحصاءات وزارة العدل الأمريكية في عام 2009 إن "3.4 مليون شخص يعتبروا أنفسهم ضحايا الملاحقة عبر الإنترنت خلال فترة اثنى عشر شهرا من عام 2005 إلى عام 2006"، علاوة على ذلك "ذكر أكثر من واحد في كل أربع ضحايا الملاحقة عبر الإنترنت إن بعض أشكال الملاحقة كانت مستهلكة مثل البريد الإلكتروني (83 في المئة من جميع ضحايا الملاحقة عبر الإنترنت) أوالرسائل الفورية (35 في المئة)"، وكانت ماي سبيس وفيسبوك لم يمر عليهما سوى عام أو اثنين عندما سقط هؤلاء الأشخاص فريسة الملاحقة عبر الإنترنت، ومثلما كان الترهيب عبر الإنترنت؛ هاجرت الملاحقة عبر الإنترنت من المراسلة الفورية، وغرف الدردشة إلى أماكن محددة تحظى بتغطية إعلامية مكثفة من وسائل الاعلام الاجتماعية.

أبرز تقرير "تعزيز سلامة الطفل وتكنولوجيا الإنترنت: التقرير النهائي" (قوة

المهام الفنية لسلامة الإنترنت، 2008) – والتي تضم فرقة عمل منها فيسبوك، وماي سبيس، وليندن لابس (سكندلايف)، وجوجل، وياهو، و25 لاعب رئيسي في مجال الإنترنت – إن المُشجَع على استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية في الملاحقة على الإنترنت: "على نقيض الافتراضات الشعبية، فإن نشر المعلومات الشخصية لا يبدو إنه يزيد من الخطر في حد ذاته؛ بل يرتبط الخطر بالسلوك التفاعلي" (ص20)، لذا فإن الملاذ بالنسبة لضحايا الملاحقة عبر الإنترنت هو نفسه بالنسبة لضحايا الترهيب عبر الإنترنت: دعوا الأشخاص المسؤلين الموثوق بهم، بما في ذلك الشرطة، يعرفون إذا كان هناك أي تهديدات جسدية.

للأسف يمكن أن يوفر فورسكوير أداة مثالية لأولئك الذين يريدون نقل ملاحقتهم عبر الإنترنت إلى العالم الواقعي، وكذلك يفعل جوجل إيرث Google Earth لكن بطريقة مختلفة، العديد من العناوين مكتوبة في النظام تعطي صورة حرفية عن منزل قريب في الشارع، تزخر بعلامات المكان والسيارات المتوقفة في طريق خاص، وكون المنزل قريباً منه وليس العنوان في حد ذاته هي احتياطات أمنية، كما كانت الصورة منذ بضع سنوات، ولكن زاوية الكاميرا يمكن تحويلها لتظهر في الواقع منزلك، وهو ما يعني إن العالم كله يمكنه رؤية ما إذا كنت قصصت عشب حديقتك أم لا، والمُطارِد الذي يعرف أي سيارة تقودها يمكنه بسهولة رؤية المكان الذي تعيش فيه، ويمكن أن يستخدم الإرهابيين خرائط جوجل أيضاً

التغريد والإرهاب

دعونا نبدأ بالنظر في كيف يمكن ألا تساعد أحدث وسائل الإعلام الجديدة م الجديدة الارهابيين، بل مكافحة الإرهابيين، والإبلاغ عن الإرهاب، وتداعياته في العالم الواقعي، ساعدت أحدث وسائل الإعلام الجديدة، وحتى لعبت دورا حاسما، في التقرير الأولي عن مذبحة مومباي في 26 نوفمبر 2008، كان أدريان فينيجان Adrian Finnigan على CNN الدولية في اليوم التالي مبكراً يصف في اليوم التالي ما سمعه على حسابه في فيسبوك من صديق له في مومباي، بالكلمات إنه كان بخير والتفاصيل حول ما كان يره، وجيمس ونستون James Winston، "صديق" على فيسبوك (راجع الفصل الثاني)، أخبرني عبر الرسائل الفورية في 28 نوفمبر 2008،

إن "أفضل أصدقائه انتقل للتو إلى مومباي قبل أسبوعين، ويعيش على بُعد ميلين تقريباً من فندق تاج محل، ومَكَّني فيسبوك من معرفة إنه كان آمنا"، وفي الوقت نفسه، ذكر فينيجان أيضا إن تويتر كان يطن برسائل قصيرة من أشخاص بالقرب من الفنادق التي كانت تتعرض للهجوم في مومباي.

قدم جون ريبيرو(John Ribeiro 2008) أخبارا مماثلة إن "موقع التدوين المصغر تويتر يُستخدم أيضا في نقل المعلومات، أو من أجل التعبير عن المشاعر فقط حول الهجوم الإرهابي، وأحيانا عن عدم كفاية تغطية بعض القنوات التلفزيونية الهندية الأزمات" – وهو أكثر دليل على إن أحدث وسائل الإعلام الجديدة توفر بعدا غير متوفر عبر وسائل إعلام البث القديمة- في هذه الحالة توفر معلومات شخصية مباشرة عن المجزرة الإرهابية، مثلما أرسل الطلاب [الصينيين] بالبريد الالكتروني عن مذبحة ميدان تيانانمين Tiananmen عام 1989، سامحين للعالم ووسائل الإعلام معرفة ما كان يحدث، وكذلك فعل تويتر وفيسبوك في عام 2008 وفرا نوافذ تشتد الحاجة إليها على ما حدث في مومباي.

في بعض الأحيان خلال أزمة الثلاثة أيام، لم تقدم وسائل الإعلام القديمة من التلفزيون أي تغطية على الإطلاق، وفي آخر ليلة في 28 نوفمبر 2008، عندما كان فندق تاج محل لا يزال يحترق، والقوات الهندية الخاصة كانت تعد هجومها النهائي، شغلت MSNBC برامج تسجيلية – برنامجها "مجموعة مستندات Doc Bloc" مع إعادة لقطات قديمة منذ عدة سنوات لا علاقة لها بما يحدث – وخللت محطة فوكس تغطيتها عن مومباي بإعادة بإعادة برنامج عنصرFactor الذي يقدمه مذيعيها أوريلي وجريتا فان ساسترين O'Reilly and Greta Van Susteren المسجل، فقط محطة سي إن إن CNN قدمت تغطية حية ومستمرة (راجع "MSNBC تشغل "مدونة وثائقية" المسجلة"،" 28 نوفمبر 2008، لمزيد من التفاصيل، وراجع أيضا نقاش "أوقفوا مجموعة مستندات" في الفصل الثاني)، لحسن الحظ، يمكن للمهتمين بمعرفة ما كان يحدث في مومباي اللجوء إلى تويتر، حيث نُشرت التحديثات عادةً أكثر من مرة في مدة دقيقة من المتفرجين في مومباي.

بعض التغريدات التي لاحظتها، لعدة ثوان فقط في الصباح الباكر، بتوقيت

28 نوفمبر 2008 في نيويورك كالتالي: "المسؤولون الهنود كبار في الخراء، وضعاف في النتائج"؛ "ما نوع البنادق التي تستخدمها قواتنا الخاصة؟؟"؛ "100 محاصرين في ترايدنت"؛ "كل هذا الأمر نتن، حكومتنا تركتنا مثل البطة الكسيحة، ألقوا حزب UPA [حزب سياسي في السلطة في الهند]؛ "اليابان عانت من ضربة إرهابية في الماضي، والصين محظوظة إن لديها جيران مثلنا، نحن لسنا محظوظين مثلهم"، وذكر تويتر إن 216 تغريدة جديدة حول هذا الموضوع وصلت في 30 ثانية استغرقتها في قراءة تغريدات سابقة، بالطبع ليس هناك ما يضمن إن كل تلك المقولات جاءت من مومباي – رغم إن تويتر لديه سجل بعناوين بورتكول الإنترنت IP، إذا كان مصدر التغريدة في حاجة إلى تأكيد.

ولكن لا يوجد نظام مثالي، كما أشار ستيفاني بوساري Stephanie Busari على موقع2008 CNN.com/asia، " بعض تغريدات الأشخاص عناوين أخبار، يراها أصدقائهم ويعيدون إرسالها كتغريدة، مشجعا دائرة لا نهاية لها من المعلومات المعاد تدويرها" على تويتر.

سوف يستمر تويتر في لعب دورا حاسما في ما يمكن اعتباره بداية الربيع العربي - مع طلب وزارة الخارجية الأمريكية من تويتر ألا يعطل خدماته لبضع ساعات الصيانة كما كان مقررا خلال الثورة الخضراء غير الناجحة في إيران في عام 2009، سنبحث هذا بالإضافة إلى استخدام تويتر في دمقرطة البلدان الأخرى بمزيد من التفصيل في الفصل التالي (راجع أيضا الفصل الثالث)، وإعلان تويتر في يناير 2012 إنه قد يفرض رقابة على التغريدات في بعض البلدان

ولكن تويتر، بالعودة إلى الاستخدام الشرير لأحدث وسائل الإعلام الجديدة التي هي موضوع هذا الفصل، يمكن أن يكون أداة فعالة في أيدي الإرهابيين أيضا، ويلاحظ بوساري إن "قيل عبر تويتر إن الإرهابيين كانوا يستخدمون الوسيلة للحصول على معلومات عما كانت تفعله قوات الأمن الهندية الخاصة"، وهذا لا يعالج إمكانية ، ولا حتى احتمال إن تويتر وغيرها من أحدث وسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة يمكن استخدامها من قبل الإرهابيين في التخطيط لهجماتهم.

في الواقع، أعرب تقرير الجيش الأمريكي في 16 أكتوبر 2008، عن القلق

من إن تويتر "يمكن نظريا أن يقترن بالاستهداف" من قِبَل الإرهابيين (الموصل، 2008)، ومع ذلك لا يشير تقرير الجيش إلى إن تويتر لا يقدم أي اتصالات رقمية يمكن تحقيقها بالفعل عن طريق البريد الإلكتروني الجماعي، والرسائل الفورية وغرف الدردشة، ولكن تويتر لديه طريقته في الإنشاء السريع لمجموعات فعلية من "المتابعين" لا يمكن إنكارها مما يجعل تعبئة ونشر أي مجموعة أسهل - بما في ذلك مجموعات الإرهابيين، ميزة الحضارة ليس فقط إن إنفاذ القانون والأمن يمكن أن يغرد بالمثل، ولكن أيضا، في حالة استخدام الإرهابيين أو المجرمين لتويتر، فإن تويتر سوف يكون لديها سجل من تلك الاتصالات من أجل مطاردة وإدانة الإرهابيين لاحقا.

وبالتالي يمكن استخدام أحدث وسائل الإعلام الجديدة في أنشطة اجتماعية مسيئة تتراوح بين ترهيب المدرسة الافتراضي، وحتى الإرهاب العالمي، ندرس في الجزء التالي كيف يمكن استخدام أحدث وسائل الإعلام الجديدة في نوع من الجرائم أكثر تقليدية.

سرقة بنك كريجسليست craigslist

رغم إنه يبدو تقريبا مثل اسم الفيلم، أليس كذلك؟ فإنه حقيقي، وحتى لو لم يسرق موقع كريج Craig [اختصار كريجزلست Craigslist[8]] البنك تماماً، فإنه استخدمه لتوظيف "دزينة من الشراك الخداعية غير المشكوك فيها" (راجع King5.com، 2008) لمساعدة سارقي البنك الحقيقيين على الهروب في السرقة المنفذة في 30 سبتمبر 2008 في فرع بنك أوف أميركا في مونرو، واشنطن.

الآن، استخدمت أنا وزوجتي كريجزلست Craigslist في فعل أشياء جيدة، بعد فترة ليست طويلة من سرقة البنك، استخدمنا موقع كريج Craig لشراء كرسي مزدوج طراز ليزي بويLa-Z-Boy لطيف نظير75 دولارا، ولكن مثل مساوئ جميع وسائل الإعلام، فإن الإعلانات المجانية تبيع تقريبا أي شيء يريد الناس بيعه أو شرائه تريد شراء وبيع، بما في ذلك ليس الكرسي المزدوج فحسب، بل أيضا

---

[8] Craigslist : موقع كريجزلست [www.craigslist.org] هو شبكة مركزية للمجتمعات المحلية عبر الإنترنت، تعرض إعلانات مجانية على الانترنت مصنفة -- مع فروع مخصصة لفرص العمل، والسكن، وشخصية، لبيع الخدمات، والمجتمع، العربات، الملخصات، ومنتديات المناقشة. ويكيبيديا -المترجم

المومسات (حتى فترة ليست طويلة جدا) (راجع لامبرت، 2007؛ أبيلسون، 2009)، وفي حالة بنك أوف أميركا في مونرو، شركاء في السطو على بنك.

كانت خطة اللص بارعة جدا، احصل على اثني عشر شخصا يرتدون نفس ملابسك ويقفون أمام البنك، هذة الخدعة البصرية الصغيرة سوف تقلل من قيمة ما يقوله شهود عيان والشرطة. "جئت من خلال إعلان عن وظيفة أجرها السائدة 28.50 دولار في الساعة"، أحد الشراك الخداعية التي أُوضحت لموقع King5.com إن الإعلان طلب من المتقدم للوظيفة ارتداء "سترة صفراء، نظارات سلامة صناعية، قناع تنفس صناعي... وإذا أمكن قميص أزرق" – وهو نفس لبس السارق، الذي هرب جيداً عبر خليج قريب.

ومع ذلك تم اعتقاله بعدها ببضعة أسابيع – بعد كشفه بتحليل الحمض النووي (راجع تشنج، 2008، لمزيد من التفاصيل)، وأعتقد إن هذا يدل على أن الشفرة البيولوجية لا تزال أقوى من الشفرة البيولوجية، أو كما تقول شخصية روايتي الخيالية العلمية شفرة الحرير، الصادرة عام 1999، وهو الدكتور فيل داماتو محقق شرعي شرطة نيويورك: "الحمض النووي هو الملف النهائي" (منقولة في مقال لعرض الرواية في صحيفة نيويورك تايمز،جيرالد جوناس Gerald Jonas، 1999).

من الممتع أخذ قسط من الراحة في هذا الفصل المظلم مع هذة القصة الحقيقية المسلية. ولكن الواقع المرير الذي لا ينضب هو أن الاستخدام الجنائي لأحدث وسائل الإعلام الجديدة يمكن أن يخدم حتى الموت والدمار، المتهم فيليب ماركوف "قاتل كريجزلست" المعتقل في أبريل 2009 بتهمة قتل مدلكة حصل عليها من خلال كريجزلست، يذكرنا مرة أخرى بالجانب المخيف المحفوفة بالمخاطر لأحدث وسائل الإعلام الجديدة، حتى الآن، وكما ذكرت ليزلي هاريس Leslie Harris (2009) "ماذا لو استدرج المجرم ضحاياه باستخدام اعلانات الصحف؟ هل سنسميه قاتل صحيفة بوسطن جلوب؟" وجهة نظرها الذكية هي إن فكرة إن القتلة يتصيدون وسائل الإعلام من أجل الضحايا هي بالكاد اختراع أو نتيجة فريدة من نوعها تقتصر على أحدث وسائل الاعلام الاجتماعية الجديدة، إلا إن انتهاكاتها

سواء فريدة من نوعها أو مشتركة مع وسائل الاعلام الأقدم يجب دراسـتها وفهمهـا، والحمايـة منهـا، حيثما كان ذلك ممكنا، من جانبه، انتحر ماركوف Markoff في عام 2010 قبل أن تصـل قضـيته إلى المحاكمة.

البريد المزعج spam

نقترب من نهاية هذه الجولة في الجانب المظلم إلى الجانب الأقل تدميرا ولكن الأكثر انتشـارا على نظم الانترنت: ناقلو الرسائل المزعجة، والتي لا تقتصر على البريـد الإلكـتروني، بـل وفي تعليقـات المدونات أيضاً- في أكثر أشكال أحدث وسائل الإعلام الجديدة شيوعا – وتأخـذ شـكل تعليقـات عـن الذهب والمجوهرات أو أي شيء آخر غير ذي صلة على الإطلاق بموضوع منشورات المدونـة - البريـد المزعج مثل لدغة البعوض على الانترنت، والكتابـة عـلى الجـدران الرقميـة، التـي تصرف عـن قـراءة المدونة، وربما مزعجة للقارئ لكنها رغم ذلك لا تضر.

في الواقع، الأثر السيء الرئيسي للبريد المزعج هو العمل الإضافي الـذي يفرضـه عـلى المـدونين ومديرو الويب الراغبون في القضاء عليه، والعائق هو إن التدابير الواقية التي يُحَمِّلها المدونين يمكـن أن يكون عليها معلقين غير مزعجين كما رأينا في الفصل السادس، اختبار تـورنج العـام والأوتومـاتيكي للتمييز بين الحاسب والإنسان CAPTCHAs هو دفـاع مشـترك ضـد نـاقلي البريـد المـزعج، ولكنـه يفرض على المعلقين الحقيقيين المرور بإجراءات إضـافية لإدخـال تعليقـاتهم، لـذا فـإن مـدون مهـتم بالنقاش السياسي بدون حـواجز - قـد يختـار تـرك المدونـة بـدون إشراف عليهـا، لتشـجيع الـدخول الفوري للتعليق وضمان الرد السريع، ولكن هـذا مـن شـأنه أيضـاً تـرك المدونـة مفتوحـة إلى البريـد المزعج الذي ليس له علاقة بموضوع المدونة.

يعاني فيسبوك وتويتر، وجميع وسائل الاعلام الاجتماعيـة مـن مضـايقات مماثلـة، تغريـدات مزعجة مع وصلة إلى صفحة تبيع غالباً منتجا أو خدمة مشكوك فيها يمكـن إرسـالها إلى حسـاب إلي شخص، ويتيح تويتر الإبلاغ عن مثل ذلك الازعاج، والـذي يزيـل تلقائيـا التغريـدات المزعجـة ويمنـع مرسلها، كما يسمح فيسبوك للمستخدمين وضع علامة، مما يعني إن أسمائهم يمكـن أن تترافـق مـع أي نص أو صورة أو فيديو، ويمكن للشخص المشار إليـه حـذف علامـة الإشـارة، أو إخفـاء أو حـذف

المنشور من خطه الزمني، كما تسمح إعدادات الخصوصية في فيسبوك من اختيار من الذين يمكنهم وضع إشارة إليك - "الأصدقاء"، أو الأسرة، أوالجميع- ولكن قد يتسبب هذا الخيار في ألا يُشار إليك عندما قد ترغب في ذلك، وكان ماي سبيس لفترة طويلة عُرضة للتعليقات المزعجة في قسم التعليقات في صفحة العضو الشخصية – وهذة يمكن إزالتها، بمجرد تحديدها باعتبارها مزعجة، ويوتيوب لديه خيارات مماثلة لصفحات التعليقات على الفيديو، بما في ذلك اختيار ناشر الفيديو عدم السماح بالتعليقات على الإطلاق.

إحدى مظاهر قابلية الضعف التي لدى ناقل البريد المزعج على هذة الأنظمة، ولكن ليس عند نشر التعليقات المزعجة على المدونات الفردية غير الموجودة على بعض النظم الاجتماعية المركزية، هي إن فيسبوك وبقية الأنظمة يمكنها إلغاء حسابات ناقل البريد المزعج، وهو ما تفعله، ولكن يمكن إنشاء حسابات جديدة بسهولة، ولكن ناقل البريد المزعج بسرعة أقل قليلا على الأقل.

تنطبق عبارة "مدونة مزعجة Blog spam" على شيء مختلف قليلا عن البريد المزعج المشار إليه حالا، بشكل عام عبارة "مدونة مزعجة" هي تقييم يحط من قيمة منشور المدونة، ويشير في بعض الأحيان إلى منشور مدونة وظيفته الوحيدة – على الأقل من وجهة نظر الشخص الذي سماها "مدونة مزعجة" - هي جذب القراء من أجل كسب إيرادات جوجل أدسنس، أو النقر على بعض الإعلانات الأخرى، أو وصلة مرتبطة بالمدونة، إلا إن موقع ديج Digg لديه استخدام إضافي إلى تسمية "مدونة مزعجة"، والذي يشير إلى مقالة إخبارية مأخوذة من مقالة منشورة سابقاً، مع الأخذ في الاعتبار جذب القراء إلى المنشور الجديد، ويمكن تسمية هذا أيضاً احتيال، إلا أن المنشور الجديد قد يعطي مزيد من المصداقية إلى مصدر المقالة السابق.

بالعودة للوراء قليلا والنظر إلى أحدث وسائل الإعلام الجديدة كجزء من كوكبة كبيرة من كافة أشكال التواصل الإنساني، يمكننا أن نرى إن البريد المزعج معادل رقمي للضوضاء، أو المثال الأكثر شيوعا للضوضاء (في نظرية وسائل الإعلام، أي تداخل في الاتصالات)، التي تؤثر سلباً على جميع وسائل الإعلام، في حالة وسائل الإعلام الأقدم مثل الصحف القديمة، تحدث الضوضاء في كل مرة تطبع فيها

صحيفة موضوعاً زائفا، يمكن أن تحدث الضوضاء عندما يتلطخ الحبر، أو عندما يحدث تشـويه عـلى شاشات تلفزيوناتنـا (راجـع ليفنسـون،1988، لمعرفـة المزيـد عـن نمـوذج شـانون ويفـر -Shannon Weaver model للاتصالات، والضوضاء)، يمكن أن تحدث أنواع مماثلة من الضوضاء مع معلومـات كاذبة على مدونات وويكيبيديا، أو عندما يواجه أي نظام على الانترنت أو جهاز كمبيوتر محمول أو هاتف ذكي صعوبات فنيـة، ولكـن القـوة التـي تمنحهـا أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة إلى جميـع المستهلكين ليصبحوا منتجين تصبح تصنع نوعا جديدا من الضوضاء- وهي ضوضـاء صـنعها ونشرهـا عمدا مستخدم.

في عالم وسائل الإعلام القديمة، وبـالطبع في العـالم المـادي أيضـا، تُعـرف الضوضـاء منـذ فـترة طويلة بإنها لا يمكن اختزالها تماماً، أو القضاء عليها مطلقاً، إنك تقـدم نظـام جديـد لتطـوير تخـزين ونقل الموسيقى -ملفات MP3 - وهذا يخلق مشاكل ملكية فكرية جديـدة، كـل عـلاج لنـوع واحـد من الضوضاء يفتح النظام لنوع جديد مـن الضوضـاء، كشـكل مـن أشـكال ضوضـاء أحـدث وسـائل الإعلام الجديدة، ومن المرجح أيضا إن من المستحيل القضاء كليا على الازعاج، على الأقـل لـيس مـن دون تكبد شكل جديد من أشكال ضوضاء أحدث وسائل الإعلام الجديـدة، لحسـن الحـظ، غالبـاً مـا يكون ثمن الإزعاج على المدونات ليس مرتفعا جدا على الدفع.

أو بعبارة أخرى، هناك شكل واحد من الضوضاء الذي من غير المرجح أن تقضي عليه أحدث وسائل الإعلام الجديدة، أو حتى تسيطر عليه سيطرة فعالة، هو الانتهاك الرقمي للازعـاج - لأنـه كي يمكن القضاء على الإزعاج بفاعلية حقـا، يجـب أن تكـون أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة خاضـعة لرقابة مشددة وساعتها لم تعد أحدث وسيلة إعلامية جديدة. (راجع أيضا الفصل الرابع، ويكيبيـديا، من أجل قدرات أحدث وسائل الإعلام الجديدة الجوهرية من تحديد الضوضاء وإزالتها)

مبالغة وسائل الإعلام القديمة في الرد على انتهاكات أحدث وسائل الإعلام الجديدة: المكتبة مقابل المدون

تابعنا خلال هذا الكتاب الخصومة(وكذلك الاعتماد المتبادل) من وسائل الإعلام القديمة المتنوعة إلى أحدث وسائل الإعلام الجديدة – الخصومة التي تبدو في أحدث وسائل الإعلام الجديدة كمنافسة جديرة وبدائل لوسائل الإعلام القديمة، وانتقادات المدونين الموجهة إلى الصحافة المطبوعة ووسائل إعلام البث - وليس مضمون مدونة معينة، وهي لعبة عادلة، بل عملية التدوين في حد ذاتها- هي مثال مؤثر، وفي المقابل استنكار عبارة "المدونين بالبيجامة"- التي ناقشناها في الفصل السادس الدالة على السخرية، وتجاوز النقد العقلاني- التي تعرض لها المدونين، ولم تكن أحدث وسائل الإعلام الجديدة فوق ممارسة هجمات مماثلة على نفسها، كما رأينا في الفصل الثاني، عندما حظرت الفيسبوك صور النساء اللائي ترضعن أطفالهن.

لكن التوتر الكامن بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة والقديمة أهم، ويظهر على السطح كلما حدث أي مخالفات حقيقية أو عن طريق انخراط إحدى أحدث وسائل الإعلام الجديدة، فمثلا الترهيب والملاحقة عبر الإنترنت يفسران قصص كبيرة في جميع وسائل الإعلام الإخبارية – القديمة، والجديدة، وأحدث الجديدة- لأنها قد تؤدي إلى حالات حياة أو موت حقيقية، ولذا لابد للجميع من معرفتها، ولكن ينشأ التوتر أيضا عندما لا تكون هناك مخالفات حقيقية في أحدث وسائل الإعلام الجديدة، سوى الإدراك غير الصحيح لها.

تكتب توانا هاينز Twanna A. Hines في "أنا كاتبة، ولست ناشرة صور أطفال إباحية" (2008) إنها واجهت "يوم عمل شاق" على جهاز للكمبيوتر المحمول الخاص بها في مكتبة نيويورك العامة في فرع وسط مانهاتن، حيث رغبت في قضاء بعض الوقت هناك في الكتابة لتكتشف إن الدخول إلى مدونتها محظور، والسبب؟ إنها تكتب في مدونتها عن "المرافقة، والجنس، والعلاقات...وعن الرجال الذين يرتدون سيور، والتكنولوجيا، والجنس، "وبررت استشارية المكتبة إن المواقع التي تصور الفحش والاعتداء الجنسي على الأطفال، والمواد "الضارة على القاصرين" قد تُحجب.

ولم يكن أياً من تلك الأوصاف تنطبق على موقع هاينز، وبالفعل بعدما

اتصل شخص آخر بالمكتبة وشـكا مـن إن الوصـول إلى موقعهـا محجـوب، أزالـت المكتبـة الحجـب، ولكن ماذا عن حقيقة إن موقعها تم منعه على الإطـلاق بسـبب كلامهـا عـن دور المكتبـات في عـالم أحدث وسائل الإعلام الجديدة؟

هناك نقد متكرر لأجهزة الكمبيوتر الشخصية يعود إلى الثمانينات (راجع ليفنسون، 1997)، هو إن الأشخاص الذين يقضون وقتا في استخدامها يقطعون أنفسهم من "الحيـاة الواقعيـة" – أي من التفاعلات الشخصية مع غيرهم من البشر، قد تقال هـذه الحجـة في الـعصر الحـالي، عـلى سبيل المثال، إن التسوق في متاجر بارنز ونوبل سيكون أفضل أو أكـثر صـحية مـن شراء الكتـب مـن على موقع أمازون، لأنك في بارنز ونوبل تتعامل مع أناس حقيقيين وليس بكسل، وسـيعتبر فيسـبوك استفحالا لهذه المشكلة المُدركَة، من خلال تقديمـه بـدائل اجتماعيـة رقميـة لمجموعـة متنوعـة مـن التفاعلات الشخصية، وكما رأينا في الفصل الرابع في بيان الفاتيكان المرافـق قنـاة يوتيـوب البابـا، وفي الواقع أعرب الفاتيكان عن قلقه إزاء وسائل الإعلام الاجتماعية.

البحث في حالة هاينز في هذا السياق من التفاعل الافتراضي مقابل التفاعل الشخصي، يمكننـا أن نرى إنها سعت إلى أن تكون بين أشخاص واقعيين، في مكتبة عامة، عنـدما كانـت تمـارس حرفتهـا من التدوين في إحدى أحدث وسائل الإعلام الجديدة، وهـو مـا جعـل مكتبـة نيويـورك العامـة غـير مرتاحة بسبب مضمون مدونتها، لنكن واضحين، لم تكن تستخدم كمبيوتر المكتبة، بل مجرد اتصالها بالإنترنت عبر الواي فاي، إذا اتفقنا مع المكتبة إن الموضـوعات عـلى مدونـة هـاينز لم تكـن مناسـبة للأطفال، ألم يكن هناك أي طريقة أفضل لحمايتهم من الموقع؟ بدلا من حجبـه عـن الجميـع، بمـا في ذلك الكاتبة نفسها، ربما كان يمكن للمكتبة طلب شفرة خاصة للدخول إلى مثل هذة المواقـع، تُمـنح فقط للأشخاص الذين يظهرون دليلا على العمر.

يأمل المرء أن تستخدم المكتبات هذه الأنواع من الحلـول في المسـتقبل، ولكـن في العصر الحاضر من سوء الفهم والشك في أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ليس من قِبَل وسائل الإعلام القديمة فحسب، بل أيضا مـن مخازنهـا في المؤسسـات الجليلـة في

المجتمعات الحرة مثل المكتبات، فإن حظر الوصول إلى أحدث وسائل الإعلام الجديدة أو حجبها ببساطة، هو للأسف، العلاج السهل .

تقول توانا هاينز إنها لا تزال تحب مكتبة نيويورك العامة وتقتبس قول تي إس إليوت إن "مجرد وجود مكتبات يقدم أفضل دليل على إننا قد يكون لدينا أمل في مستقبل البشرية"، وهذا المستقبل سيكون أفضل قليلا بالتأكيد عندما تظهر المكتبات فهما أفضل قليلا من وسائل الإعلام التي تتنافس باضطراد وتحل محل الكتب على رفوفها باعتبارها مخزونها الفكري وتجارة.

كما في حالة الخروج لمشاهدة فيلم في السينما بدلا من مشاهدة التلفزيون، أو تناول الطعام في مطعم وليس في البيت، فإن مستقبل المكتبات في نهاية المطاف سيبقى في توفير أماكن توفر مزايا اجتماعية غير موجودة في البيت، جنبا إلى جنب جميع سبل المعلومات المتاحة في البيت، لجذب الناس على الخروج من بيوتهم مع أجهزتهم من الكمبيوتر المحمول، ولكن بالنسبة إلى درجة إن جميع الكتب في العالم قد تكون في يوم من الأيام متاحة مجانا عبر الهواتف الذكية وأجهزة الكومبيوتر اللوحي، فإن المكتبة ستكون أي مكان يمكننا الجلوس فيه بارتياح والقراءة، سواء كان ذلك في مقهى، أو على مقعد حديقة.

في الفصل التالي والختامي، سوف نرى كيف إن العملية السياسية هنا وفي كل مكان حول العالم دمجت كلا من أفضل ما في أحدث وسائل الإعلام الجديدة وتفاعلها المعقد مع عالم خارج الإنترنت.

الفصل العاشر

السياسة وأحدث وسائل الإعلام الجديدة

اتفق إريك شـميدت Eric Schmidt، حالياً الـرئيس التنفيـذي، ووقتهـا كـان أيضـاً الـرئيس التنفيـذي لشركـة جوجـل، مـع أريانـا هـافينجتون Arianna Huffington- مؤسسـة صـحيفة هافينجتون بوست- على الفور عندما قالت إن فوز باراك أوباما بالرئاسة في عـام 2008 كـان بسـبب الإنترنت، وكان شميت ضيفا على برنامج راشـيل مـادو Rachel Maddow عـلى محطـة MSNBC، بينما حلت هافينجتون محـل لمـادو في تلـك الحلقـة، في 17 نـوفمبر 2008، بعـد 13 يومـا مـن يـوم الانتخابات.

منذ ذلك الحين، لعبت أحدث وسـائل الإعـلام الجديـدة دورا هامـا في صـعود حـزب الشـاي وانتخابات التجديد النصفي عام 2010 في الولايات المتحدة، وفي الربيع العربي في جميع أنحاء العالم، حيـث تـويتر، ويوتيـوب، وفيسـبوك وتسـتمر في لعـب دورا حيويـا. وكانـت أحـدث وسـائل الإعـلام الجديدة الدعامة الأساسية في احتجاجات احتلوا وول ستريت هنا في الولايات المتحدة والخارج أيضا، وتشكل جزءا رئيسيا في استراتيجيات كلا الحـزبين الـديمقراطي والجمهـوري في الانتخابـات الرئاسـية لعام 2012 والجارية في الولايات المتحدة حتى لحظة كتابة هذه السطور.

باراك أوباما، وأحدث وسائل الإعلام الجديدة، وانتخابات 2008

بالطبع وجهة نظر هافينجتون وشـميت في أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة عـلى حـق تمامـا، التدوين، أقدم أحدث وسائل الإعلام الجديدة، تأسس في عام 2004، ولكن فيسبوك، وتـويتر، ويوتيـوب لم تكن حتى موجودة وقتئذ، هوارد ديـن Howard Dean، مرشـح الإنترنـت في عـام 2004، وخسر في الانتخابات التمهيدية، بينما باراك أوباما، مرشـح الإنترنـت في عـام 2008، وفـاز في كـلا مـن الانتخابـات التمهيدية والعامة، رغم إن العديد من العوامل الأخـرى لعبـت دورا بـلا شـك ، فـإن المقارنـة واضـحة كـدليل عـلى تـأثير وسـائل الإعـلام كـما كـان الـرئيس نيكسـون Nixon أفضـل مـن منافسـه جـون

كينيدي JFK بين مستمعي الراديو في مناظرتهم في عام 1960، فإن كينيـدي كـان أفضـل حـالا مـن نيكسون بين مشاهدي التلفزيون في نفس تلك المنـاظرات، وكـان أكـثر النـاس يشـاهدون المنـاظرات بدلا من الاستماع إليهم على شاشة التلفزيون، وفاز كينيدي في الانتخابات.

كيف ساعدت أحدث وسائل الإعلام الجديـدة ،التـي كانـت موجـودة وقتـذاك، هـوارد ديـن Howard Dean في عام 2004؟ -"صرخة العميد" التي قدمها المرشح في كلمة أمام مؤيديه في ولايـة ايوا بعد حصوله على المرتبة الثالثة في المؤتمر الحزبي للدولة في عام 2004 – يقال عـلى نطـاق واسـع إنها كانت بداية خسارته، ما سُمي بالصرخـة أعيـد عـلى شاشـة التليفزيـون عـلى نطـاق واسـع، مـع تعليق عاقل ساخر من مقدمي الأخبار والخبراء، ماذا لو كان موقـع يوتيـوب عـلى الانترنـت وقتئـذ، وتم رفع مقطع الفيديو مع الصرخة هناك، ليراها الجميع، بدون تعليق المحطة الإخباريـة الكابليـة؟ يمكنك أن ترى الآن - في البحث على موقع يوتيوب عن "صرخـة العميـد" (2004)- هـل تبـدو بهـذا السوء بالنسبة لك؟

تشجع أحدث وسائل الإعلام الجديدة الناس على التفكير لأنفسهم، وفي انتخابات عـام 2008 شجعت الناس أيضاً على التصرف- أي بذل المزيـد مـن الـدعم والتصـويت في نهايـة المطـاف لصـالح مرشح- إلى العمل لصالح مرشح في الواقع.

تطوعت لحملة يوجين مكـارثي الرئاسـية Eugene McCarthy وجهـوده لوقـف الحـرب في فيتنام في عام 1968، وكانت تلك آخر مـرة أعمـل فيهـا لصـالح أي مرشـح وطنـي حتـى عـام 2008، عندما سجلت في mybarackobama.com، كنت أنشر أحيانـا عـلى هـذا الموقـع ومـن وقـت لآخـر أسجل الدخول كي أظل على علم بتطورات الحملة المختلفة، ولكن لمدة يومين قبـل يـوم الانتخابـات عام 2008، وفي يوم الانتخابـات نفسـه، سـجلت الـدخول للقيـام بشيء آخـر، كـما سـجلت زوجتـي الدخول أيضا - المرة الأخيرة التي عَمِلَتْ فيها لمرشـح وطنـي عنـدما كنـا نعمـل معـا لصـالح يـوجين مكارثي.

كان الموقع يقدم أسماء وأرقام هواتف مؤيدي أوباما، حتى إنه يمكنك تحديـد موقع المؤيدين في العديـد مـن الولايـات عـن طريـق خريطـة عـلى الموقـع، واخترنـا

ولاية بنسلفانيا، لأن حملة ماكين كانت تقول إنها "معقلها الأخير"- وهي ولاية حاسـمة لأيـة فرصـة لفوز جون ماكين، الذي أردنا إحباطه.

استغرق الأمر من كل منا حوالي ساعة لمهاتفة ما يقرب من 50 مؤيـد مختلـف مـن مؤيـدي أوباما، كل منا واجه بعض الأرقام الخاطئة وترك بريد صوتي من أجل كثير من الناس الذين لم يكونوا في المنزل، ولكن كل منا تمكن من التحدث إلى عشرات المؤيدين، من فيلادلفيا إلى الجانب الآخر مـن الولاية -جميعهم من غرفة معيشـتنا المريحـة، الواقعـة إلى شـمال مدينـة نيويـورك قلـيلا، بعـد كـل مكالمة هاتفية نملأ استمارة موجزة على الموقع توضح إذا ما كنـا أجرينـا اتصـالا ونـذكر النتيجـة- إذا كان المؤيد لا يزال يخطط من أجل التصويت لصالح أوبامـا، أو إذا كـان يعـرف مكـان الاقـتراع عـلى سبيل المثال، ثم انتقلنا إلى فعل نفس الشيء في أوهايو، ولاية أخرى حاسمة.

أرسلت كيث جودمان Keith Goodman مـن حملـة أوبامـا البريـد الإلكـتروني التـالي بعـد يومين من الانتخابات، لجميع الذين أجروا مكالمات تليفونية لصالح أوباما: "أردت أن أشـكركم عـلى مساعدتنا بإجراء مليون و53 ألف و791 مكالمة مذهلة في يوم الانتخاب، وأعلـم إنـه لم يكـن سـهلا، وكثير منكم ظلوا يحاولون الاتصال لفترة طويلة حتى بعـد أن تعبـوا وأصـبح صـوتهم أجشـا، ولكـن ساعدت مكالماتكم على حث أنصارنا على الخروج إلى صناديق الاقتراع مما ساعد على قلب المـوازين في ولايات ساحة المعركة الرئيسية مثل فلوريدا وأوهايو، معا فعلناها!"

كما رأينا حولت أحدث وسـائل الإعـلام الجديـدة القـراء إلى كُتـاب في كـل وقـت، وفي صـنع المليون مكالمة تلك نيابة عن انتخاب أوباما، فإن القراء والكتاب عـلى mybarackobama.com قـد تحولوا باختصار إلى عاملين ناشطين في حملة انتخابية.

غلطة الإعلان عن نائب الرئيس عبر أحدث وسائل الإعلام الجديدة

قبل أن نذهب بعيدا جدا على الطريق الضبابي من الإدراك المتأخر إن أوبامـا فعـل كل شيء صحيحا، على الأقل فيما يتعلـق باسـتخدامه أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة في حملــة 2008، نحتــاج إلى ذكــر إن حملتــه لم تكــن معصــومة في اســتخدامها أحــدث

وسائل الإعلام الجديدة، كان أكبر خطأ وحيد ارتكبته هو إعلانها في يوليو 2008 إنها تعتزم إعلان العالم باسم من اختاره أوباما لمنصب نائب المرشح الرئاسي عبر البريد الإلكتروني فقط إلى الأشخاص الموجودين في قائمة المساهمين عند أوباما، وكانت هذه محاولة لمكافأة مؤيديه من خلال منحهم لمحة مسبقة معلومة حصرية، مع استبعاد أولي صريح لوسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة، والصحف - أو فلنقل صحافة وسائل الإعلام القديمة.

لم يكن هذا الإعلان حكيما لسببين على الأقل، أولا: كان هناك، بالطبع، العديد من العاملين في الصحافة التقليدية كانوا في قائمة البريد الإلكتروني هذة، وكان يمكنهم نقل اختيار أوباما لقنواتهم من وسائل الإعلام القديمة على الفور بسهولة، والثاني: استعراض أي شيء مسبقا يتعين عمله على أحدث وسائل الإعلام الجديدة، فإن أي استراتيجية لأحدث وسائل الإعلام الجديدة تتعارض مع مبدأ أحدث وسائل الإعلام الجديدة الفيروسي لجعل هذا الحدث يبدو كما لو أنه عفويا، وليس عبر استراتيجية من أعلى إلى أسفل رفيعة المستوى (راجع ليفنسون، "اعلان اختيار أوباما من خلال البريد الإلكتروني فكرة غير صائبة"، 2008)، كما كانت كلمة اختيار أوباما لجو بايدن التي أُذيعت على محطة CNN إحدى وسائل الإعلام القديمة – ومعظم إعلانات البريد الإلكتروني المذاعة جاءت في الواقع بعدها بساعات، عندما كانت مُحبِطَة ولم تعد من الأخبار العاجلة.

التنصيب وما تلاه على الإنترنت

ذكرت محطة CNN إن هناك زيادة أربعة أضعاف في عدد مقاطع الفيديو الحية المشاهدة على قناة باراك أوباما في 20 يناير 2009، يوم التنصيب، بالمقارنة مع عدد المشاهدة في انتخابات 4 نوفمبر 2008- مايقرب من 21.3 مليون في فترة تسع ساعات خلال النهار في يوم التنصيب في 2009 مقابل 5.3 مليون طوال يوم الانتخابات في نوفمبر2008، وذكرت صحيفة نيويورك تايمز أيضا إن "حركة المرور على الإنترنت في الولايات المتحدة بلغ ذروة قياسية في بداية خطاب الرئيس أوباما بسبب مشاهدة الناس لمراسم التنصيب، وقرأتهم عنه، وتعليقهم عليه، بحسب بيل وودكوك Bill Woodcock، مدير الأبحاث في باكيت كليرنج هاوس Packet

Clearing House ، وهـي منظمـة غـير ربحيـة تقـوم بتحليـل حركـة المـرور عـلى الإنترنـت"، (فـانسVance، 2009، والتـي تـوفر أيضـا تفاصـيل عـن مشـاهدة فيـديو CNN؛ وحركـة الإنترنـت ومشاهدة مقاطع الفيديو التي تجاوزت تنصيب أوباما بالنسـبة لـذكرى مايكـل جاكسـون في يوليـو 2009، راجع هيبرد Hibberd، 2009) ولم يكن من المستغرب إن كثير من هذه الحركـة والمشـاهدة توقفت فجأة، عندما كافحت شبكة الإنترنت وحامليهـا مـن أجـل تلبيـة الطلـب، ولكـن مثـل هـذه المشاكل هي آلام النمو الصحي وأفضل الحوافز من أجل تحسين بنية الأجهزة التحتيـة التـي تعتمـد عليها جميع أحدث وسائل الإعلام الجديدة.

سيطرت إدارة أوباما الجديدة على whitehouse.gov -الموقع الرئاسي الرسمي- مباشرةً بعد ساعة الظهيرة من التنصيب، والتغيير ليس فقط في الرئيس، بل في الـنهج وهـو مثـال نمـوذجي عـلى الفرق بـين وسـائل الإعـلام الجديـدة وأحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة، في ظـل إدارة جـورج بـوش (2001-2009)، قـدم الموقـع معلومـات – وفقـاً إلى كلـمات أحـد المـراقبين، "روابـط إلى البيانـات الصحفية، والخطـب، والوثـائق الدعائيـة" بشـكل أسـاسي (مـانجو Manjoo، 2009)، لم يكـن الأداء الجديد للموقع أقل دعائية، إنما واعدا بتفاعلية أكـبر، وأعلـن أول منشـور لـه في 20 ينـاير 2009 إن "إحدى الإضافات الهامة إلى موقع whitehouse.gov تعكس وعد الحملة من الرئيس: سـوف نـنشر جميع التشريعات غير الطارئة في الموقع لمـدة خمسـة أيـام، حتـى يتسـنى إلى الجمهـور مراجعتهـا، والتعليق عليها قبل أن يوقعها الرئيس"، مع ذلك تم الإخلال بهذا التعهـد بالفعـل في 10 تشريعـات من أصل 11 تشريع بحلـول أبريـل 2009 (هـاربر Harper، 2009، وراجـع أيضـا مـادو Maddow، 2012، من أجل قائمة مساوية من الوعود التـي أخـل بهـا الجمهوريـون في مجلـس النـواب في فـترة كونجرس 2011-2012)، ومثل كل أشياء أحدث وسـائل الإعـلام الجديـدة، والتفاعليـة والشـفافية في الحكم من الأفضل فعلها بدلا من الوعد بها فقط.

هناك أيضا حجة إنه في الدولة الديمقراطيـة، ينبغـي عـلى المسـؤولين المنتخبـين فعل ما يعتقدون إنه الأفضل – أن يتبعوا عقولهم وضمائرهم – وأن يسمحوا للشعب التعبـير عـن مـوافقتهم أو عـدمها في الانتخابـات القادمـة، ("صـناع القـرار المرتبطـون

بالقائد يجب أن يكونوا قلبه وعقلـه، وليسـوا مستشـارينه السياسـيين وقـراء اسـتطلاعات مؤسسـة جالوب"، كما يلاحظ ماسرلي Messerli، 2006) في عالمنا وعصرنا من اسـتطلاعات التشـاور المسـتمر، هذة المثالية إلى درجة إنها لم تصمد من قبل أبدا متروكة في الغالب، لكن قـد تكـون أحـدث وسـائل الإعلام الجديدة لديها تأثير أفضل أو أسوأ على دفع هذا المبدأ خارج اللعب أكثر مـن ذي قبـل، إنهـا بالتأكيد سهلت، كما سنرى لاحقا في هذا الفصل (في الجزء الخاص باحتجاجات احتلوا وول سـتريت)، أعلت من شأن الديمقراطيـة المبـاشرة التـي تتحـدى فعاليـة جميـع الـديمقراطيات التمثيليـة، سـواء الديمقراطية أو الجمهورية هنا في الولايات المتحدة وحول العالم .

الرئيس والبلاك بيري BlackBerry

لم يكن جميع من في إدارة 2009 الجديدة سعيدا بأحدث وسائل الإعلام الجديـدة، انـدلعت القصة بعد 11 يوما من الانتخابات إن التوقعات لا تبدو جيدة لبـاراك أوبامـا عـلى مواصـلة ارسـال واستقبال البريد الالكتروني شخصيا بمجرد وصوله إلى البيـت الأبـيض (زيلينـي Zeleny، 2008)، كـما أثيرت مشكلة اختراق البريد الإلكتروني للرئيس، فضلا عن قانون السجلات الرئاسية، الذي يتطلب أن تكون كافة الاتصالات الرئاسية متاحة للمراجعة العامة أخيراً.

كتبت تدوينة وقتها إنني اعتقد إن حرمان الرئيس من البريد الإلكتروني، وخصوصا في عالمنـا وعصرنا فكرة سيئة (ليفنسون، "ابقوا أوباما على اطلاع على بريده الالكتروني"، 2008).

تحولت قصة "الرئيس والبلاك بيري" إلى قصة من أربعة أجزاء ونهاية سعيدة:

1. بالتأكيد يمكن استنباط نظام يسجل تلقائيا جميع البريد الإلكتروني الذي يرسله ويستقبله الرئيس، إذا فكرنـا في هـذا الأمـر، ألـيس ذلـك مـا يحـدث في أي بريـد جوجـل أو أي حسـاب بريـد إلكتروني على أية حال؟

الأهم من ذلك، ألا ينبغي أن يكون الرئيس قادرا على التواصل بـأي طريقـة أكثر فاعلية بالنسـبة لـه؟ شـخص في مثـل هـذا المنصـب مرتـاح مـع التكنولوجيـا الحالية، يحتاج إلى أن يكون قادرا على تكريس أكبر قدر من الاهـتمام إلى التفكـير

والاتصال، دون إعاقته باستخدام الأساليب القديمة من الورق، والهاتف، وغيرها من النظم، نما البريد الإلكتروني نموا فلكيا في العقد الماضي لسبب وجيه: إنه يتمتع بكل مزايا الكتابة –الدوام- كما إنه فوري مثل الكلام، فضلا عن العالمية وإمكانية البحث فيه بسهولة (راجع ليفنسون، 1997، لمعرفة المزيد عن تطور ومزايا البريد الإلكتروني).

ثم هناك سؤال منطقي: ألا ينبغي أن يكون الرئيس قادراً، إذا كان ذلك ممكنا، على الاستمرار في استخدام نظام اتصالات مريح جدا ومعتاد بالنسبة له؟

وهو ما يثير قضية أساسية بالنسبة إلى تطور وتبني جميع وسائل الإعلام، بمجرد أن نبدأ ونستمر في توظيف أي وسيلة إعلام جديدة –أو أحدث وسيلة إعلام جديدة- نصل إلى الاعتماد عليها كما نعتمد على عيوننا وأذنينا وفمنا، وأصابعنا، كما يقول مارشال ماكلوهان (1964) في جملته الشهيرة: تعمل وسائل الإعلام "كملحقاتنا"– أي كبديل لأجزاء التواصل في أجسامنا وعقولنا.

أخذ البريد الإلكتروني من أي شخص معتاد على استخدامه غالباً ما يكون ما يعادل البتر النفسي، وينبغي أن يكون الرئيس آخر شخص نخضعه لمثل هذه المعاملة الوحشية المؤدية إلى نتائج عكسية.

2. قدم باراك أوباما نفسه جدلا ماكرا في التعامل مع أحدث وسائل الإعلام الجديدة لصالح الاحتفاظ بجهازه البلاك بيري -قصير من أجل الاتصال مع العالم عبر رسائل البريد الإلكتروني غير المرشحة- في مقابلة باعتباره الرئيس المنتخب مع باربرا والترز Barbara Walters في 26 نوفمبر 2008 ، قال أباما لوالترز "أتفاوض لمعرفة كيف يمكنني الحصول على معلومات من خارج 10 أو 12 شخصا الذين يحيطون مكتبي في البيت الأبيض "، مضيفاً "لأنني أعتقد إن أحد أسوأ الأشياء التي يمكن أن تحدث لرئيس هو خسارة الاتصال مع ما يمر به الناس يوما بيوم" (أوباما، 26 نوفمبر 2008)، وفي 7 يناير 2009، في مقابلة مع جون هاروود John Harwood على محطة CNBC-TV، قال أوباما الشيء نفسه، مضيفا، "كان عليهم إبعاد" البلاك بيري من يديه. وبعبارة أخرى، في نفس الوقت الذي كان فيه الرئيس المنتخب يجمِّع ليس فقط فريقا من منافسيه ولكن أيضاً فريقا من أفضل

الخبراء في السياسة الخارجية والداخلية يمكنه العثور عليه؛ فإنه كان يناضل أيضاً للحفاظ على خطوط اتصاله مفتوحة على الأقل إلى حد ما مع العالم بأسره من غير الخبراء -أو مفتوحة لمنطق التدوين، وويكيبيديا، وتويتر، وثورة رأي غير الخبراء- وهي السمة المميزة لدمقرطة أحدث وسائل الإعلام الجديدة ("كل مستهلك منتج")، في الواقع، أفضل اسم لمثل هؤلاء "غير الخبراء" هو "الخبراء غير المعينين"، لأن الجمهور عموما لم يكن من المحتمل أن يكون لديه رقم هاتف بلاك بيري الرئيس أو عنوان بريده الإلكتروني الخاص- ولكن من المحتمل إن بعض الخبراء خارج صفوف المعينين قد يعرفون جيدا كيفية الاتصال بالرئيس، وجعل ذلك أسهل وأكثر مباشرة هو بالتأكيد خطوة في اتجاه الديمقراطية الصحيح، بالإضافة إلى إن نفس الجهاز سوف يمكِّن الرئيس من الوصول بنفسه، وليس فقط تلقي المشورة.

أوكما قال مايك ألن Mike Allen، رئيس قسم المراسلين السياسين في موقع Politico.com إلى نورة أودونيل Norah O'Donnell على محطة MSNBC في 26 نوفمبر2008 "الأشخاص [يقصد : الخبراء المعينين] يترددون في قول الحقيقة لرئيسهم...ناهيك عن رئيس الولايات المتحدة"، وسواء كان رئيس الولايات المتحدة أو رئيس حي -مثل بول فاينر- الذي كما رأينا في الفصل السادس اعتمد على تعليقات المجهولين في مدونته كي يظل على علم بما يحدث –يستطيع جميع قادتنا وممثلينا الاستفادة من اتصالات أحدث وسائل الإعلام الجديدة بالأشخاص خارج عالم المستشارين المعينين.

3. ذكرت نورة أودونيل على MSNBC في 18 يناير 2009، قبل يومين من تنصيب أوباما، إن "المحامين" أبلغوا أوباما وفريقه أنها سيكونون قادرين على الحفاظ على أجهزتهم من البلاك بيري، ولكن ليس على الرسائل الفورية، لأن المحامون يعتقدون إن الرسائل الفورية قد تصنع رسائل "محرجة" متاحة للقراصنة، رغم إن إذا كان القلق من اللغة الجافة مثل تلك التي يتحدث بها ثم رئيس موظفي البيت الأبيض رام إيمانويل Rahm Emanuel، فإن القط خارج الحقيبة بالفعل (راجع rahmfacts.com للعديد من الأمثلة).

4. وفي 21 يناير 2009، أفاد مارك أمبايندر Ambinder Marc في موقع

أتلانتيك أونلاين إن "أوباما سوف يحصل على جهازه البلاك بيري"، ولكن مع "حزمة تشـفير فائقـة"، ولكن من أجـل "الرسـائل الروتينيـة والشخصـية"، ومـا حـدث هـو مثـال ممتـاز عـن كيـف يشـغل الأشخاص -في هذه الحالة الرئيس- تكنولوجياتنا بدلا أن ندع مخاوفنا من مشاكلها المحتملة تشغلنا.

أجازة وعمل

لذا كانت الإدارة الجديدة في عام 2009 في أجازة وتعمل عـلى جميـع أجـزاء أحـدث وسـائل الإعلام الجديدة، كما رأينا في الفصـول السـابقة، أصـبح الـرئيس لديـه حسـاب تـويتر نشـط، ويـنشر مقاطع فيديو على يوتيوب بانتظام، ولكن كما كافح أوباما بنجاح قـوات الحـذر القانونيـة والجمـود كي يبقي على جهازه البلاك بيري، اكتشف موظفوه عند الانتقال إلى البيت الابيض إن اتصالاته عالقة في "عصور الظلام التكنولوجي" (كورنبلات Kornblut، 2009؛ باترسون،2009)، وليس لديه فيسـبوك أو تويتر، ولا حتى جوجل.

دائماً ما كان القانون من بين عناصر إبطاء تبني المجتمع وسـائل الإعـلام الجديـدة، واعتـبرت العقود اللفظية أكثر إلزاما من الوثـائق المكتوبـة حتـى ظهـور الكتابـة القياسـية المطبوعـة، وكانـت العقود الرقمية مشكلة على مدار عقود، مع ظهور تساؤلات حـول مـا الـذي يشـكل توقيعـا صـالحا ملزما إذا لم يتم إنتاجـه بـالقلم عـلى الـورق (راجـع رايـت Wright ووين Winn، 1998، بالنسـبة لبعض التفاصيل الأولى).

ولكن القانون عاجلا أم آجلا يلحق بالتكنولوجيا، كما يفعل معظم الناس في السياسة، بحلول فبراير 2009، كانـت أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة تنـدلع في كـل مكـان، وخصوصـا في الأوسـاط السياسية، كتب الجمهوريون تغريدات خـلال اجتماعـات مـع الـرئيس أوبامـا (جـوداردGoddard، 2009)، وجـون مـاكين- الـذي لم يعـد مرشـحا للرئاسـة ولكـن لا يـزال عضـوا في مجلـس الشـيوخ الجمهـوري عـن ولايـة أريزونـا- لديـه حسـاب تـويتر مشـغول، وأُعـد المسرح لعـودة الجمهـوريين مدعومين بأحدث وسـائل الإعـلام الجديـدة، وحـزب الشـاي الـذي أوصـل الجمهـوريين إلى الأغلبيـة الساحقة في مجلس النواب.

حزب الشاي وتويتر في عام 2010

لم يُترجم نجاح رون بول Ron Paul في ديج Digg وغيرها من أحدث وسائل الإعلام الجديدة جديدة في الفترة 2007-2008 إلى أصوات في الانتخابات الأولية، كما رأينا وحللنا في الفصل الثامن (جزء ديج). ولكن التأييد على الإنترنت كان حقيقياً –ولم يكن في معظمه نتيجة التلاعب في أحدث وسائل الإعلام الجديدة، كما افترضت خطئا وسائل الإعلام القديمة- وفي عام 2009 تحول هذا التأييد إلى مظاهرات المئات من حزب الشاي في جميع أنحاء أمريكا، ومعظمها احتجاجا على السياسة الضريبية وقانون الرعاية الصحية اللذان اقترحهما أوباما.

وكان تويتر المنسق الرئيسي لهذه الاحتجاجات (راجع ائتلاف حزب الشاي في كافة أنحاء البلاد، 2010)، وبحلول انتخابات التجديد النصفي الوطنية في نوفمبر 2010، ولم يساعد تويتر فحسب، بل مجموعة كاملة من أحدث وسائل الإعلام الجديدة جديدة على حث مرشحي حزب الشاي –أي الجمهوريون الذين لديهم وجهة نظر حزب الشاي ودعمه- إلى المكتب.

في ولاية ماساشوستس، على سبيل المثال، حيث كان مقعد تيد كينيدي Ted Kennedy بطل ورمز الحزب الديمقراطي في مجلس الشيوخ الامريكي مستحق لانتخابات خاصة بسبب وفاته في الصيف السابق، وكان مرشح حزب الشاي الجمهوري سكوت براون Scott Brown "لديه استراتيجية أكثر فعالية من أجل استخدام أدوات الشبكات الاجتماعية بما في ذلك فيسبوك، وتويتر، ويوتيوب لتعزيز حملته الانتخابية والتواصل مع مؤيديه" أكثر مما كان لدى خصمه الديمقراطي مارثا كوكلي Martha Coakley (دراسة مجلس بحوث وسائل الإعلام الناشئة، ذكرها ديفيس Davis، 2010)، وكانت من بين الاختلافات في الانخراط مع أحدث وسائل الإعلام الجديدة حتى يناير 2010:

معجبو فيسبوك: براون(Brown 70،800)، كوكلي(Coakley 13،529)

مشاهدو يوتيوب : براون (578271)، كوكلي (51173)

متابعو تويتر : براون (9،679)، كوكلي (3،385)

ومن بين الساسة الموجودين بالفعل في مناصبهم، هناك دراسة أخرى

مُستشهد بها في نفس المقال "وجدت إن المشرعين الجمهوريين يستغلون من تـويتر أكـثر بكثـير مـن نظـرائهم الـديمقراطيين، وفي مجلـس النـواب، أرسـل المشرعـون الجمهوريـون تغريـدات أكـثر مـن الديمقراطيين بنسبة 529%".

وسرعان ما انضم لهم براون في مجلس الشيوخ، هازماً كوكلي بنسبة52-47 في المئة في معظم الولايات الديمقراطي، وكان أول جمهوري يُنتخب لعضـوية مجلـس الشـيوخ في ولايـة ماساشوسـتس الأميركية خلال ما يقـرب مـن 40 عامـا (كـان الجمهـوري السـابق إدوارد بـروك Edward Brooke، المنتخب في عام 1972).

عندما اقتربت انتخابات التجديد النصفي الوطنية نوفمبر 2010، والتي يُنتخب فيهـا جميـع أعضاء مجلس النواب، استغل الجمهوريون ميزتهم على تويتر، وسيطروا على مجلس النواب بأغلبيـة 241 إلى192 في دورة يناير 2011 - ديسمبر 2012 الدورة، وشكَّل سـتة وسـتين مـن أعضـاء الأغلبيـة الجمهورية تجمع حزب الشاي، خطة أوبامـا للرعايـة الصـحية، وإلغـاء سياسـة "لا تسـأل ولا تقـل" لصالح مساواة المثليون جنسيا في الجيش أقرها الكونجرس بالفعل، ووقعهـا الـرئيس لتصـبح قانونـا، ولكن تلك ستكون القطع الأخيرة مـن تشريعـات كسر المسـار الرئيسـية التـي يحصـل عليهـا أوبامـا والديمقراطيون من خلال الكـونجرس خـلال الـثلاث سـنوات الأولى مـن رئاسـته، وبالتـالي فـإن ثـورة أحدث وسائل الإعلام الجديدة التي سـهلت انتخـاب بـاراك أوبامـا في عـام 2008 فعلـت الآن الشيء نفسه بالنسبة لمعارضيه.

هـل يمـنح هـذا فضـلا كبـيرا إلى أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة؟ بالأخـذ في الاعتبـار: في انتخابـات مجلـس النـواب الوطنيـة لعـام 2000 (قبـل أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة) حصـل الديمقراطيون على 47 في المئة والجمهوريون على 47.3 في المئة من الأصوات الشعبية، في انتخابـات عام 2004 (لا يزال قبل يوتيوب وتويتر وفيسبوك في مهده) حصل الجمهوريون على 46.6 في المئـة، والديموقراطيون على 49.2 في المئة في انتخابات مجلس النواب عام 2008 مع باراك أوباما، وبالتـالي فإن الديمقراطيين استغلوا ميزة أحدث وسائل الإعلام الجديدة، وحصـل الـديموقراطيون عـلى 53.2 في المئـة والجمهوريـون عـلى 42.5 في المئـة في انتصـار سـاحق تقريبـا، ولكـن بعـدها بعـامين في عـام 2010، كـان الجمهوريـون أكـثر اسـتفادة مـن أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة مـن

الديمقراطيين بوضوح، فتحول النصر الساحق تماماً مع حصول الجمهوريين على 51.6 في المئة مقابل حصول الديمقراطيين على 44.5 في المئة.

وقد أثبتت أحدث وسائل الإعلام الجديدة إنها تمنح فرصا متساوية من المنفعة السياسية.

الربيع العربي والحتمية الإعلامية

شهد عام 2010 أكثر من ثورة سياسية بفضل أحدث وسائل الإعلام الجديدة إلى حد ما -في الواقع ليست واحدة بل ثلاث ثورات وأكثر من عشرات الاحتجاجات الرئيسية والثانوية الأخرى ابتداء من عام 2010 التي أدت إلى حكومات جديدة في ثلاث ثورات في عام 2011، ولم تحدث في الولايات المتحدة، بل في العالم العربي – ولذلك فهو الربيع العربي.

في الواقع، يمكن اعتبار "الثورة الخضراء" غير الناجحة في إيران في عام 2009 بداية الربيع العربي، رغم إن إيران ليست دولة عربية، ومن المهم للغاية اعتبار وزارة الخارجية الأمريكية إن أهمية تويتر في توصيل أخبار عن ذلك الاحتجاج إلى العالم، لهذا طلبت من تويتر إلغاء منظومة الإغلاق للصيانة التي كان مقررا لها ليلة متوقع أن تكون حاسمة في طهران (راجع الفصل الثالث) .

الاحتجاجات التي بدأت في تونس في 18 ديسمبر 2010- والتي اعتبرت البداية الرسمية للربيع العربي- كان لها نتائج أفضل، حيث أُطيح بالنظام في 14 يناير، 2011، بما في ذلك حل الشرطة، وانتخاب جمعية تأسيسية في 23 أكتوبر 2011، رغم تباين الآراء حول أهمية محددة لتويتر ويوتيوب في تسهيل ثورة ناجحة، فإن معظم المراقبين يتفقون في لعبهم أدوارا هامة في تنسيق الإجراءات على الأرض ونقل تقارير فورية إلى العالم (انجرام Ingram، 2011).

لا أحد ينكر دور فيسبوك وتويتر في الثورة المصرية التي بدأت في 25 يناير2011، وأسفرت عن استقالة حسني مبارك في 11 فبراير، وكانت صفحة وائل غنيم لمناهضة مبارك على فيسبوك الشرارة ونقطة تجمع الثورة، "هذه الثورة التي بدأت على الانترنت" كما يقول غنيم لشبكة CNN، مضيفاً "هذة الثورة بدأت في فيسبوك"، وحمل المتظاهرون لافتات بالعربية شكر لفيسبوك وتويتر بعد رحيل مبارك

(إيفانجليستا Evangelista، 2011؛ وراجع أيضا ليفينسون، "مارشال ماكلوهان، شمال أفريقيا، ووسائل الإعلام الاجتماعية"، 2011).

ولكن النجاح في مصر تحول إلى أن يكون أقصر عمرا مما كان عليه في تونس، حيث عاد المحتجون إلى الشوارع بعدها بعام غاضبين من عدم تغير أي شيء حقا بعد رحيل مبارك، الجيش المصري "ألقى مبارك تحت الحافلة، ثم عاد إلى العمل كالمعتاد"، كما أخبرني زميل أمريكي يعيش في القاهرة موضحاً إن سياساتهم الداخلية لم تتغير على الإطلاق.

أما الثورة في ليبيا، التي بدأت في 15 فبراير 2011 فكانت أسوأ في العملية ولكن أفضل في النتائج من مصر، فلم تكن أحدث وسائل الإعلام الجديدة فقط، ولا حتى المتظاهرين في شوارع ليبيا كافيين من أجل الإطاحة بمعمر القذافي يوم 23 أغسطس ووفاته في 20 أكتوبر2011 مما تطلب تدخل الناتو العسكري الهائل عن طريق الجو، ووفاة 25-إلى 30 ألف ليبي (على النقيض من عدد الضحايا في تونس 226 ضحية، 846 ضحية في مصر، راجع الربيع العربي، ويكيبيديا، لمزيد من التفاصيل حول هذه وغيرها من احتجاجات الربيع العربي، بما في ذلك في سوريا التي اعتبارا من مارس 2012 دخلت حكومتها والمحتجين في صراع)، لذا فإن أفضل نتيجة في ليبيا هي إنه، خلافا لما حدث في مصر، هناك عملية إعادة بناء شاملة للحكومة على ما يبدو.

مسألة مدى أهمية أحدث وسائل الإعلام الجديدة في هذه الانتفاضات يمكن تقييمها تقييماً أفضل بالأخذ في الاعتبار التمييز الذي صنعته مفاهيم الحتمية "الضرورية" في مقابل "المعتدلة"، في الحتمية الضرورية، تكون (أ) هي كل العناصر الضرورية لإحداث (ب)، فإذا انسكب من (أ) سطل من الماء فوق رأس (ب)، فإن (أ) في هذة الحالة هي كل مايلزم كي تصبح (ب) مبتلة (وهذا معروف أيضا في العلوم باعتباره شرطا "كافيا")، ولكن العلاقة بين مصعد، وناطحة سحاب على سبيل المثال مختلفة، لا يمكن أن يكون لديك ناطحة سحاب دون مصعد أو نوعا من جهاز الرفع التلقائي، ولكنك تحتاج أيضا عوارض من الصلب وغيرها من أنواع تكنولوجيا بناء ناطحات السحاب كي يتم بنائها وتعمل، وبعبارة أخرى، المصعد شرط ضروري وليس

شرطا كافيا لناطحة السحاب، ونحن نسمي هذا النوع من العلاقة الحتمية "المعتدلة"، عندما يقال إن وسائل الاعلام مسؤولة عن تطور المجتمع، فإننا نتحدث عن حتمية معتدلة، وهو ما كان يقصده ماكلوهان عندما كتب إنه لولا الراديو لما كان هناك هتلر، ولولا التلفزيون لما أُنتخب جون كينيدي رئيسا للبلاد في عام 1960 (ماكلوهان McLuhan، 1964)، وهو ما نعنيه عندما نقول إنه لولا أحدث وسائل الإعلام الجديدة لما كان هناك ربيع عربي (راجع ليفنسون، 1997، للمزيد من الأمثلة عن الحتمية الإعلامية الضرورية مقابل المعتدلة)، وهو ما كان يفكر فيه أيضا مراسل محطة إن بي سي NBC هاري سميث التفكير Harry Smith عندما قال إن "ثورة سنووايت" النسخة الروسية من الربيع العربي، والمعروف أيضا باسم "الثورة البيضاء" مستمرة منذ صيف عام 2011 -إنه "لولا فيسبوك، لما كانت هناك ثورة "(سميث، 2012).

هذا السبب والنتيجة بين أحدث وسائل الإعلام الجديدة والحرية في جميع أنحاء العالم هو ما يجعل إعلان تويتر في يناير 2012 إن لديه الآن القدرة على "حجب المحتوى عن المستخدمين في بلد معين" مدهشا ومقلقا للغاية، ذكر تويتر حظر "المحتوى المؤيد للنازية" في فرنسا وألمانيا كسياسة كانت ترغب في الاستيعاب، ولكن كما أشار جون برشاد Jon Bershad في موقع (Mediaite(2012) ماذا لو أغلقت تويتر لأي سبب من الأسباب أمام مَنْ يكافحون من أجل الحرية في الشرق الأوسط أو في أي مكان في العالم؟ في المقابل، أعادت جوجل توجيه محرك بحثها من الصين إلى هونج كونج في عام 2010، بدلا من السماح بأن تكون عمليات البحث على نظامها خاضعا إلى الرقابة الصينية (دروموند Drummond، 2010).

لم يشر تويتر إلى إن بقية العالم لن يكون قادرا على رؤية التغريدات المُراقَبَة، ولكن "حرية الاتصال" –وصف جيري إدلينج Jerry Edling (2011) المناسب لضرورة أحدث وسائل الإعلام الجديدة إلى الحرية السياسية في عالمنا اليوم –ينطبق على توصيل رسالة ليس فقط إلى العالم بأسره، بل أيضا بين شعب يناضل من أجل الحرية بأنفسهم، وينطبق الأمر نفسه على احتلوا وول ستريت.

احتلوا وول ستريت وعودة الديمقراطية المباشرة

كانت اللمحة الأولى لدي عن إن الربيع العربي سيكون له تداعيات تتجاوز العالم العربي، وسيؤدي إلى احتجاجات ضد الحكام المستبدين وليس القادة المنتخبين في الديمقراطيات التمثيلية، عندما كنت في برشلونة في مايو 2011، لإلقاء محاضرة في مؤتمر مئوية ماكلوهان في مركز الثقافة المعاصرة تنزهت مع زوجتي، في شارع رامبلا Rambla على بُعد بضعة بنايات من المركز، رأينا احتجاجات على الأوضاع الاقتصادية -أسبانيا مثل معظم دول أوروبا والديمقراطيات في الغرب كانت في قبضة الركود الحالي، ولاحقا في ذلك المساء، سألنا كريستينا ميراندا دي ألميدا، إحدى منظمي المؤتمر، ما الذي يريده المحتجين -تغيير في الحكومة؟ هل كانوا ينظمون حملة من أجل أحد أحزاب المعارضة؟ وقيل لنا إن المتظاهرين يريدون فقط لفت الانتباه إلى السياسات الاقتصادية غير العادلة.

وشنت جماعة "الغاضبونIndignatos " في أسبانيا احتجاجات في جميع أنحاء البلاد، وجمعت كل المؤيدين، وخاطبت العالم عبر تويتر وفيسبوك، لم يستغرق الأمر وقتا طويلا للغاية -13يوليو2011- حتى اقترحت مؤسسة "أدبسترز Adbusters " الإعلامية في كندا تنظيم احتجاجا سلميا ضد الآثار المدمرة لجشع الشركات، وداعية إلى عقده في ميدان وول ستريت، باعتباره عاصمة حرفيا ورمزيا في نواح كثيرة للرأسمالية وانتهاكات شركاتها (بيركوفيتش Berkowitz، 2011).

وبدأ الاحتجاج بعد شهرين، في سبتمبر 2011، كاحتلال متواصل، وبدأت أشياء كثيرة في الاتضاح باضطراد:

1. سوء فهم وسائل الإعلام القديمة للحركة؛ لقد سُئلت في مناظرة على شاشة محطة فوكس نيويورك في 27 أكتوبر 2011، عن لماذا لم تخرج حركة احتلوا وول ستريت بقائمة مطالب، وأوضحت إن الحاجة إلى عنوان صحفي [مانشيت]، أو خبر رئيسي من سمات وسائل الإعلام القديمة، بينما أحدث وسائل الاعلام الجيدة مثل تويتر وفيسبوك التي لا تعوقها قيود المساحة أوالوقت (الصفحات المحدودة في الصحف

والدقائق المعـدودة في نشرات الأخبـار) يمكـن أن تقـدم تعدديـة أكـثر واقعيـة للمطالـب، في حالـة احتلوا وول ستريت، تراوحت هذة المطالب من انهاء فوائد البنوك الربوية للطلاب الذين يحتـاجون مهلة إضافية لسداد قروضهم من أجل مساعدة الناس الذين لديهم رهونا عقارية غارقـة (مـديونون على رهنهم العقاري بأكثر من قيمة ممتلكاتهم الحالية).

2. ألغت الشرطة حقـوق التعـديل الدسـتوري الأول الـذي يـنص عـلى حـق الأفـراد في التجمـع سلميا، وحقوق التعديل الأول للصحافة بجميع أشـكالها أن تقـدم تقريـرا عـن احتلـوا وول سـتريت (راجع الفصل السادس لمعرفة المزيد عن هذا).

3. لم تكـن احتلـوا وول سـتريت مهتمـة بطـرح مرشـحين في انتخابـات 2012 (راجـع سـيلتزر Seltzer، 2012، للمزيد) -احتلوا وول ستريت في هذا الصدد مختلفة كثيرا عن حزب الشـاي. (راجـع أيضا ألدوس Aldous، 2011، للمقارنة بين سلوك احتلـوا وول سـتريت وحـزب الشـاي في اسـتخدام تويتر –كانت تغريدات حزب الشاي أقل عددا وتواترا من نظرائهم احتلوا وول ستريت، ولكن أعضاء حزب الشاي كانوا يتابعون حسابات بعضهم البعض مما يجعلهم أكـثر "تماسـكا بإحكـام " مجموعـة بحكم الأمر الواقع أكثر من احتلوا وول ستريت على تويتر.)

هذه النقطة حول الانتخابات، كما أعتقد، تمثل الحقيقـة الأساسـية حـول احتلـوا وول سـتريت، وتغذي احتجاجات أخرى، لم تكن احتلـوا وول سـتريت مهتمـة بانتخابـات عـام 2012 خاصـةً لأنهـا في جوهرها احتجاج ضد الانتخابـات والديمقراطيـة التمثيليـة نفسـها. كـما أوضـحت كـيلي لاسـن Kalle Lasnمن مؤسسة أدبسترز Adbusters في أعلى مقالة احتلوا وول ستريت في ويكيبيديا: "عندما حـدث الانهيار المالي، كان هناك شعور بأن، "يا للروعة، ستتغير الأمور، أوباما سـوف يمـرر كـل أنـواع القـوانين، وسيكون لدينا نوع مختلـف مـن النظـام المصرفي، وسـوف نعتقـل هـؤلاء المحتـالين المـاليين ونقـدمهم للعدالة"، كان هناك شعور مثل "مهلا، لقد انتخبنا للتو الرجل الذي قد يفعل هذا في الواقـع "(إيفلـنج Eifling، 2011)، وعنـدما لم يحـدث ذلـك، أدى إلهـام الربيـع العـربي و احتجاجـات الغاضـبون الاسـبانية Indignatos إلى ولادة احتلـوا وول سـتريت (راجـع هـازن Hazen، ولوهـان Lohan،

وبـاراموراParramore ، 2011، لتحليـل مفصـل عـن بـدايات احتلـوا وول سـتريت؛ وراجـع أيضـا ليفنسون، 2011، "تأريخ احتلوا وول ستريت"، وراجع أيضا لوسون Lawson، 2012، للحصول عـلى قائمة من المقالات العلمية الاستقصائية "وسائل الإعلام الاجتماعية والاحتجـاج، "بمـا في ذلـك الربيـع العربي واحتلوا وول ستريت).

بالعودة إلى وجهة النظر التي ناقشناها في الفصل الأول، فإنه ليس من المستغرب إن وسـائل الإعلام القديمة لم تفهم ولم تزل احتلوا وول ستريت –الصحافة كانت على يمين الديمقراطية التمثيليـة التي نشأت في عصر النهضة ثم في أمريكا، ولكن حريـة الصـحافة المؤكـد عليهـا في التعـديل الأول لم تكن لحماية الديمقراطية التمثيليـة في أمريكـا، ولا حتـى الصـحافة، بـل لحمايـة الشـعب، الـذي رآه جيفرسون، وماديسون، ومونرو بشكل صحيح مهددا من الحكومة التي انتخبها بالخطر دائما، عنـدما بخت الشرطة المتظاهرين المسالمين برذاذ الفلفل كما فعلوا في ولاية كاليفورنيـا، أو معاملـة كـلا مـن المتظـاهرين والصـحافة بخشـونة كـما فعلـوا في مدينـة نيويـورك، وهـؤلاء هـم وكـلاء ديموقراطيـة جيفرسون وزملاؤه التمثيلية الأكثر رعبا، وفي هذا المجال الحيوي، فإن مصالح حزب الشاي في احـترام الدستور ومصالح احتلوا وول سـتريت في تجـاوز الحكومـة التمثيليـة لمعالجـة الأضرار الناجمـة عـن الجشع هي واحدة ونفس الشيء.

ولكـن إلى أي مـدى نحـن بعيـدون في الواقـع عـن مشروعـات القـوانين التـي يناقشـها المواطنـون ويصـوتون عليهـا عـبر الفيسـبوك وتـويتر بـدلا مـن النـواب والشـيوخ المنتخبـين في الكونجرس؟ فمن ناحية، تسمح أحدث وسائل الإعلام الجديدة، كما رأينا طـوال هـذا الكتـاب، بالمزيد من المحتوى الذي ينتجه الأفراد أكـثر بكثـير مـن وسـائل الاعـلام الأقـدم التـي يسـيطر عليها المحررون والمنتجون، ومن ناحية أخرى، فإن أحدث وسائل الإعـلام الجديـدة، كـما رأينـا أيضا، تحت سيطرة أشخاص يتجـاوزون سـيطرة المسـتخدم في النهايـة –هـم مـالكو فيسـبوك، وتويتر، ويوتيوب، وبقية الوسائل، وهو ما يجعـل أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة، كـما هـي حالياً، غير مناسبة كوسائل للديمقراطية المباشرة، ما قد يصبح مطلوباً في النهاية هو نظام مثـل فيسبوك تديره الحكومة، ومُصمم خصيصا لتحقيق أقصى قدر من النقـاش والتصـويت (راجـع

شتراوس Straus، 1991، 2001، لأفكار حول الديمقراطية المباشرة عبر الإنترنت، وذلك قبل فيسبوك وأحدث وسائل الإعلام الجديدة)، ولكن أي نظام حكومي مثل نظام التصويت الحالي نفسه، الراسخ -وفقاً للدستور- في الولايات المتحدة لديه مشاكله الخاصة.

صنعت أيسلندا مغامرة إلى الديمقراطية المباشرة مُنسقَة عبر أحدث وسائل الإعلام الجديدة في عام 2011، بوضع دستور جديد مكتوب بمساهمات المواطنين عبر فيسبوك ويوتيوب و"موقع على الانترنت للديموقراطية المباشرة" يسمح للمواطنين التواصل بسهولة مع نوابهم (الممثلين) حول التشريع المقترح (IceNews، 2011)، ولكن كما أشار سورين آدم(Sorin Adam 2011) لم يتم التوصل إلى القرارات النهائية بشأن الدستور الجديد عبر توافق الآراء على ويكيبيديا ، بل من خلال قرار تنفيذي رسمي -أو بنفس الطريقة التي يطرح بها الناخبون أسئلتهم على المرشحين في أول نقاش يوتيوب على شبكة CNN في الولايات المتحدة في عام 2008 (اختارت الشبكة الأسئلة من التي قدمها الناخبون -راجع الفصل الرابع).

هنا في الولايات المتحدة، تسعى منظمة الأمريكيون ينتخبون Americans Elect إلى أن يكون اختيار المرشحين عبر الانترنت في يوم الاقتراع في انتخابات كل ولاية في عام 2012 (لديهم مرشحين في 30 ولاية حتى يناير 2012 –راجع هيلمان Heilemann، 2012، لمعرفة التفاصيل)، وهو ما سيضفي طابع الديمقراطية المباشرة على العملية الانتخابية التمهيدية -خطوة أولى جيدة بالتأكيد -ولكن ليس في الانتخابات العامة، أو عمل الحكومة الفعلي، كما هو الحال في أيسلندا.

وفي الوقت نفسه، تتطور أحدث وسائل الإعلام الجديدة نفسها يومياً تقريباً لشكل الديمقراطية المباشرة أكثر، وإلى هياكل من أعلى إلى أسفل أقل، قابلت تيم بول Pool، الذي بث مباشر كثيرا من احتجاج احتلوا وول ستريت في نيويورك (من خلال حسابTimcast على موقع UStream)، في أحد فصولي الدراسية في جامعة فوردهام في يناير 2012 (راجع أيضا ليفنسون، 2012، "Timcast"). وأشار إلى أن أفضل وسيلة لبث الفيديو إلى الجمهور هي عن طريق البث المباشر- وليس في المقاطع المسجلة التي تم تحريرها التي نراها في وسيلة التلفزيون القديمة، ولكن

وجهة نظر بول إن "علينا التخلص من فكرة التحرير" تنطبق على يوتيوب أيضاً الـذي هـو لـيس بثـا مباشرا ولا حتى تسجيل لبث فيديو لم يسبق تحريره عـادةً، وسـواء كـان التحريـر مـن خـلال مُنـتِج إعلام تقليدي أو شخص لديه كاميرا فيديو في الهـاتف، فـإن النتيجـة هـي عـرض مزيـف لمـا حـدث بالفعل أمام الكاميرا.

ولكن لا يزال أمام البث المبـاشر طريـق طويـل يفصلـه عـن إحـلال محـل يوتيـوب أو حتـى التنافس معـه والـذي يضـم أكـثر مـن 500 مليـون مسـتخدم في عـام 2011 بالمقارنـة مـع يوسـتريم UStream الذي لديـه 2 مليـون مسـتخدم، وفي الانتخابـات الرئاسـية الأمريكيـة عـام 2012، سـوف يكون يوتيوب بلا شك مشغل فيـديو أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة، والـدافع الانتخـابي الأسـاسي للديمقراطية التمثيلية.

انتخابات 2012 الأمريكية

أكمل ميت رومني Mitt Romney تقريباً ترشيح الحزب الجمهوري في أبريـل 2012، ورغـم وجود تكهنات خطيرة قبل ذلك بإن مُجمَع ترشيح الحزب الجمهـوري قـد "توسـط" – أي لـن يُخـتر مندوبون كافيون لدعم أي مرشح في الانتخابات التمهيدية لمنح ذلك المرشح أصوات منـدوبين كافيـة للفوز بترشيح الحـزب في الاقـتراع الأول في الُمجمَـع، وكانـت آخـر مـرة تـم توسـيط مجمـع الحـزب الجمهوري في عام 1940.

وحصـل تومـاس ديـوي Thomas Dewey عـلى 49.9 في المئـة مـن الأصـوات في انتخابـات الحزب الجمهوري التمهيدية في عام 1940، ولكن الترشيح كـان مـن نصيـب لنـدل يلـكي Wendell Willkie، الذي استخدم مؤيدوه الإذاعة -الوسيلة الإعلامية الجديـدة وقتئـذ- لخلـق ونقـل انطبـاع بالتأييد الجارف في مُجمَع الحزب (جيزيGizzi، 201؛ وراجع أيضا بيترزPeters، 2005)، كان رومني في نواح كثيرة نقيض مرشح أحـدث وسـائل الإعـلام الجديـدة، تفـوق عـلى منافسـيه في الصرف عـلى إعلانات الانتخابات التمهيديـة في وسـائل الإعـلام الجماهـيري بنسـبة 10 إلى 1، ووقـع في عـدد مـن الزلات –جذبت الاهتمام إلى ثروته- كانت علفا لتويتر ويوتيوب، وعملـت ضـده في انتخابـات 2012 التمهيدية، لكنه مع ذلك كان في طريقه إلى تأمين الفوز بترشيح الحزب الجمهوري له في نهاية أبريـل 2012.

ما الذي يقوله لنا هذا عن دور أحدث وسـائل الإعـلام الجديـدة في سياسـة

2012 الأميركية؟ لم يكن رومني بالتأكيد اختيار أي شخص لديه أي تعاطف مع احتلوا وول ستريت، ولم يكن يفضله حتى حزب حزب الشاي، الاستنتاج الوحيد هو إن دور أحدث وسائل الإعلام الجديدة في انتخابات عام 2012 التمهيدية الجمهورية لم يكن حاسما.

كما لم يكن تافهاً، حيث فشل أورين هاتش Orrin Hatch، السيناتور الجمهوري عن ولاية يوتا، في الفوز بأصوات كافية في الانتخابات التمهيدية في تلك الولاية لتجنب إعادة الانتخابات-الأولى في مسيرته في مجلس الشيوخ منذ عام 1976، وكان منافسه مرشح حزب الشاي، فاز هاتش في انتخابات الاعادة، ولكن زميله الجمهوري ديك لوجار Dick Lugar سيناتور ولاية إنديانا -أيضا في مجلس الشيوخ منذ عام 1976- لم يكن محظوظا مثله، وهزمه خصمه اللدود من حزب الشاي في الانتخابات التمهيدية هزيمة نكراء، وأصبح أول عضو مجلس الشيوخ لستة فترات يخسر في المعركة الأساسية منذ عام 1952

وفي الوقت نفسه، رغم إن احتلوا وول ستريت لم يكن لها تأثير سياسي كبير في عام 2012 بعد، فإنها حققت انتصارا مهماً في مايو: برأت محكمة مانهاتن الجنائية مصور من المواطنين الصحفيين أُعتقل خلال مظاهرة احتلوا وول ستريت في مدينة نيويورك في يوم رأس السنة الجديدة 2012 بسبب تعطيل حركة المرور، وكانت إحدى الرئيسية في تبرئة الكسندر أربوكل Alexander Arbuckle وانتصار التعديل الأول هو فيديو بثه مباشرة على موقع يو ستريم UStream شخص مجهول آخر غير تيم بول Tim Pool (روبنز Robbins، 2012)، وكما كان الحال منذ رودني كينج Rodney King في عام 1991، تعتبر كاميرا فيديو في أيدي مواطن دليلا فعالا على إساءة استخدام السلطة الرسمية.

هناك أمران على الأقل واضحان الآن بخصوص الانتخابات الرئاسية العامة في خريف عام 2012، سيواصل الجمهوريون الاستفادة القصوى من أحدث وسائل الإعلام الجديدة كما فعلوا في عام 2010، ولم يفعلوا في عام 2008، أما وسائل الإعلام القديمة، وخاصة محطات تليفزيون الكابل، والبرامج الحوارية الإذاعية سوف يستمر تأثيرها، الثورة في أحدث وسائل الإعلام الجديدة تمنح الآن فرصا متكافئة

جديدة لكل من الديمقراطيين والجمهوريين، والمحافظين، والتقدميين، وأوباما ورومني-وبالطبع غـير المنتمين إلى أي حزب سياسي-لأن فيسبوك، وتويتر، ويوتيوب، وحتى وسائل الإعـلام الأحـدث تواصـل عدم الاستباق، ولكن التحول والعمل جنبا إلى جنب مع وسائل الإعلام الأقدم في عالمنا السـياسي، وفي جميع جوانب حياتنا.



هــــذا الكتـــــــــاب

صدرت الطبعة الأولى من الكتاب في عام 2009، وتختلف الطبعة الثانية والمترجمة في هذا الكتاب عن الأولى، حيث أضاف المؤلف المزيد من الفصول عن منصات الإعلام الجديد التي لم تكن موجودة في الطبعة السابقة. أدى التطور السريع المتلاحق في عالم الإعلام الجديد سواء على مستوى التطبيقات والمنصات أو مستوى الأجهزة من انتشار الهواتف الذكية SMART PHONES والكومبيوتر اللوحي TABLETS إلى امتداد تأثيرات وسائل الإعلام الجديد في كل مناحي الحياة اليومية.

عبر عشرة فصول يرسم الكتاب ملامح أحدث وسائل الإعلام الجديد؛ مخصصاً فصولا منفصلة لعدد من أشهر المنصات الإعلامية الجديدة منها الفيسبوك، واليوتيوب، وتويتر، والمدونات، والويكيبيديا، السكند لايف، والبودكاست، كما يرصد الكتاب أشهر الحركات السياسية التي استفادت من وسائل الإعلام الجديد بدايةً من الربيع العربي وحتى حزب الشاي وحركة احتلوا وول ستريت في الولايات المتحدة الأمريكية. ولا يتوقف الكتاب عند التطبيقات والمنصات إنما يستعرض أهم التطورات في مجال الأجهزة المحمولة التي ساعدت على انتشار المنصات الإعلامية بين الجماهير.

يفسر الكتاب كيف غيَّرت وسائل الإعلام الجديدة ولاسيما أحدثها من ثقافتنا السياسية والاجتماعية، ويرصد فوائد وأضرار هذة التحولات التي أنهت سيطرة وسائل الإعلام التقليدية ومكنَّت الجماهير من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي.

والله ولي التوفيق،،،

الناشر

عبد الحي أحمد فؤاد

دار الفجر للنشر والتوزيع

4 شارع هاشم الأشقر - النزهة الجديدة - القاهرة تليفون: 26246252 فاكس: 26246265

www.daralfajr.com info@daralfajr.com

ISBN 978-977-358-313-2

9 789773 583132